

UNVERWECHSELBARE MERKORTE

Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

DISSERTATION

zur Erlangung des Grades eines Doktors der Philosophie
am Institut für Kunst und Kunstwissenschaft
der Fakultät der Geisteswissenschaften
der Universität Duisburg-Essen

Vorgelegt von Petra Gersch (Bochum) im Juni 2009

Disputation am 09. Februar 2010

1. Gutachter: Prof. Dr. -Ing. Ralph Bruder
2. Gutachter: Prof. Dr. phil Cordula Meier

Zur Erinnerung an Gisela Textor

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Arbeitsgrundlagen	
1.1	Einleitung	5
1.2	Stand der Forschung zur Mehrdimensionalität von (Ausstellungs-) Gestaltung	13
1.3	Ziel der Arbeit	18
1.4	Wissenschaftliche Einordnung.....	19
2.	Mehrdimensionale Ausstellungsgestaltung	23
2.1	Einführung in die Theorie des Emotional Design	26
2.1.1	Prozesse der Informationsverarbeitung: Visceral, Behavioral, Reflective Level	27
2.1.2	Zusammenspiel der drei Levels	28
2.1.3	Subjektivität als Komponente des Wahrnehmungsprozesses	29
2.1.4	Transfer der Terminologie Normans in die Terminologie des Designs	31
2.2	Ableitung der Betrachtungsdimensionen für Ausstellungsgestaltung	33
2.2.1	Die sinnlich-affektive Dimension	34
2.2.2	Die Gebrauchsdimension	39
2.2.3	Die semantische Dimension	43
3.	Entwicklung eines Beschreibungssystems zur Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung	50
3.1	Kurzprofile der Gestaltungsmittel in Ausstellungen	51
3.1.1	Architektur.....	52
3.1.1.1	Hülle	53
3.1.1.2	Innenraum	54
3.1.2	Inszenierungsmittel	55
3.1.2.1	Ausstellungsbauten.....	56
3.1.2.2	Licht	57
3.1.2.3	Bilder/ Grafiken.....	57
3.1.2.4	Farbe	58
3.1.2.5	Animationen.....	59
3.1.2.6	Geräusche/ Klänge/ Musik	59
3.1.2.7	Düfte	61
3.1.3	Interne kommunikative Gestaltungsmittel	62
3.1.3.1	Texte	62
3.1.3.2	Dynamische/ interaktive Exponate.....	63
3.1.3.3	Personal	64
3.1.3.4	Orientierungssysteme.....	65
3.1.4	Externe kommunikative Gestaltungsmittel.....	66
3.1.4.1	Signet	66
3.1.4.2	Plakate.....	67
3.1.4.3	Kataloge	67
3.1.4.4	Website.....	68

3.2	Gewichtung der drei Dimensionen von Gestaltungsmitteln vor dem Hintergrund des Kontexts einer Ausstellung	69
3.2.1	Relevante Kontextfaktoren für Ausstellungsgestaltung	71
3.3	Konstruktion fiktiver Kontexte und ihrer Auswirkung auf Gestaltungsstrategien für Ausstellungen	76
3.3.1	Szenario_1: »Die sinnlich-affektive Ausstellungsgestaltung«	80
3.3.2	Szenario_2: »Die dienende Ausstellungsgestaltung«	86
3.3.3	Szenario_3: »Die assoziative Ausstellungsgestaltung«	92
3.4	Auswahl einer realen Ausstellung als Analysegegenstand	97
4.	Analyse der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin	
4.1	Darstellung der Vorgehensweise	99
4.2	Darlegung des Kontexts	100
4.3	Analyse der Architektur	104
4.3.1	Hülle	104
4.3.2	Innenraum	110
4.3.2.1	Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses	110
4.3.2.2	Innenraum des Untergeschosses des Libeskind-Baus	112
4.3.2.3	Innenraum der Dauerausstellung	117
4.4	Analyse der Inszenierungsmittel	121
4.5	Analyse der internen kommunikativen Gestaltungsmittel	142
4.5.1	Texte	142
4.5.2	Dynamische/ interaktive Exponate	144
4.5.3	Orientierungssysteme	150
4.5.4	Personal	152
4.6	Analyse der externen kommunikativen Gestaltungsmittel	155
4.6.1	Signet	155
4.6.2	Werbekampagne – Plakate	157
4.6.3	Websites	159
4.7	Abschließendes Fazit zur Analyse der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlins	162
5.	Schlussbemerkung	169
6.	Anhang	175
6.1	Literaturverzeichnis	
6.2	World Wide Web (WWW) Quellen	
6.3	Abbildungsverzeichnis	
	Erklärung	

1.1 // EINLEITUNG

Ausstellungen sind omnipräsent. Als Repräsentations- und Kommunikationsinstanzen von Politik und Wirtschaft füllen sie die Veranstaltungskalender und werden in den Feuilletons der Tageszeitungen thematisiert.

Sie finden in Kultureinrichtungen wie Museen, Ausstellungshallen, Archiven und Bibliotheken statt, aber auch außerhalb von institutionellen Räumlichkeiten wie Industrie- und Versorgungsanlagen, ausrangierten Hotels, in Privatwohnungen, in Zugwaggons oder auf Schiffen – kurzum: Der Einfallsreichtum der Ausstellungsmacher für spektakuläre Veranstaltungsorte scheint nur durch die Bau- und Gewerbeordnung begrenzt zu werden.

So unterschiedlich die Orte sind, an denen Ausstellungen stattfinden, so vielfältig ist auch das Gezeigte. In Ausstellungen werden künstlerische, technische und wirtschaftliche Erzeugnisse sowie Ergebnisse wissenschaftlicher Forschungstätigkeit zur Schau gestellt oder Ausschnitte aus der Geschichte der Gesellschaft, der Organisation des öffentlichen Lebens und seiner Probleme veranschaulicht (Brockhaus 2006: 772).¹

Ausstellungen als Einrichtungen für die Vermittlung von Kulturgütern, Meinungen und Informationen können objekt- oder themenzentriert ausgerichtet sein. Sie treten in vielfältigen Erscheinungsformen auf – als temporäre und permanente Ausstellungen von Museen, als Großereignisse wie die Weltausstellungen oder veranstaltungsbegleitend wie die Ausstellungen, die im Rahmen der Weltmeisterschaft 2006 stattfanden.

Gegenwärtige Ausstellungen zeigen ein breites Inszenierungsspektrum auf: So erzeugen hoch budgetierte Ausstellungen, wie die Expo 2000 in Hannover oder die Expo 02 in der Schweiz, mit einem hohen Medien- und Materialaufwand atmosphärische, immersive Reizräume, in denen die Besucher multisensuell angesprochen werden. Die Inhalte einer Ausstellung verschmelzen dabei mit ihrer Gestaltung zu einer Erlebniswelt. Das Gegenteil dieser Verschmelzung wird jedoch bei Ausstellungen praktiziert, die die auszustellenden Objekte – die im Folgenden »kuratierte Objekte«² genannt werden sollen, um sie von anderen Objekten in der Ausstellung unterscheidbar zu machen – in den Mittelpunkt

¹ /// Diese sehr allgemeine Betrachtungsweise umfasst zunächst auch gewerbliche Ausstellungen, deren Ausprägungen als reine Messe und Verkaufssituation in der hier vorliegenden Arbeit nicht weiter verfolgt werden sollen.

² /// Unter »kuratierte Objekte« sollen im Folgenden jene Objekte begriffen werden, die von Fachwissenschaftlern ausgewählt und auf Grund der von ihnen gefällten Wertezuschreibungen, wie die Zeugenschaft des ausgewählten Objekts an einem zeitlichen und kulturellen Kontext, für die Überführung in den Zeige-Modus der Ausstellung bestimmt werden.

des Interesses der Besucher rücken wollen. Hier findet man häufig eine puristische, auratisierende Objektdarbietung auf Sockeln und hinter Vitrinen vor, welche den Besucher auf Abstand halten.

Innerhalb dieses Inszenierungsspektrums, welches durch die beiden skizzierten Antipoden gebildet wird, findet sich eine riesige Variantenvielfalt bezüglich der Quantität und Qualität der kuratierten Objekte, der eingesetzten Medien und Materialien. So werden in Ausstellungen wissenschaftlich-strukturierte, assoziativ-narrative oder didaktische Präsentationssprachen eingesetzt, die selten in Reinform vorliegen. Zudem etablieren sich Veranstaltungsformen, die sämtliche Genres und Stile hinter sich lassen, um mit Cross-over-Praktiken eine Verschmelzung von Ausstellung, Theater und Tanz zu bewirken.³

Die vielfältigen Erscheinungsarten von Ausstellungen machen es schlicht unmöglich, sie in eine Sinn stiftende Typologie zu systematisieren. Auch die Trennung in Kultur und Kommerz, die lange Zeit als Antipoden in der Kulturlandschaft fungierten, eignen sich nicht mehr zur Unterscheidung von Ausstellungen – längst gehen Kultur und Wirtschaft variantenreiche Allianzen ein: Vor dem Hintergrund der Kürzung öffentlicher Mittel suchen gemeinnützige Kultureinrichtungen, wie Museen, zunehmend Partner aus der Wirtschaft. Das Sponsoring oder die Initiierung von Ausstellungen stellen dabei etablierte Formen des kulturellen Engagements von Unternehmen dar. Auch das Städtemarketing und die Tourismusbranche nutzen Ausstellungen als Zugpferde, um Besucher anzuziehen.

Gegenwärtige Ausstellungen finden in einem ausdifferenzierten Freizeitmarkt⁴ statt, indem sie mit Freizeitparks, Shopping-Malls, Stadtfesten und virtuellen Schauplätzen wie dem Web 2.0 um die knappe Ressource »Aufmerksamkeit« des potentiellen Besuchers konkurrieren. Denn alle Bemühungen einer Ausstellung laufen letztendlich darauf hinaus, dass sie besucht wird und so formuliert Klein (2007: 19) treffend: »...ein Kunstwerk ohne Betrachter, ein Buch ohne Leser, ein Konzert ohne Hörer existiert nur für den Aufführenden und Schreibenden! Erst die Nutzer machen es zu einem tatsächlich rezipierten!«.

³ /// Ein gutes Compendium zu gegenwärtigen Inszenierungstendenzen von Ausstellungen bietet (Dernie 2006)

⁴ /// Opaschowski (2000) der Leiter des B.A.T Freizeit-Forschungsinstituts liefert eine kompakte Übersicht zur Eventkultur im 21. Jahrhundert.

Wurde in den 1970er Jahren verstärkt gefordert, auch bildungsferne Schichten für Kulturangebote zu interessieren⁵, so werden seit den 1990er Jahren auch museale Ausstellungen verstärkt als Einrichtungen begriffen, die sich den Besuchern als vielfältige Erfahrungsfelder und Erlebnisorte anbieten sollen. Dabei müssen Ausstellungen ein Profil herausbilden, welches den potentiellen Besucher dazu veranlasst, seine begrenzte Zeit und sein begrenztes Budget für den Besuch einer Ausstellung einzusetzen. Im Zusammenhang von Selektionsprinzipien für oder gegen ein Erlebnisangebot kommentiert Schulze (2005: 507): »Öffentliche und private Erlebnisangebote müssen sich denselben Selektionskriterien der Erlebnisverbraucher stellen – insofern gibt es keinen Unterschied zwischen Theater, Kulturzentrum, Museum auf der einen Seite und Automaten-salon, Comics und Fitneßstudios auf der anderen.«

Ausstellungsverantwortliche ergreifen eine Reihe von Maßnahmen, diese in einem dichten Freizeitmarkt zu positionieren: So zeigen sie »sensationelle Raritäten« wie in der Tibetausstellung in der Villa Hügel in Essen: »1500 Jahre alte religiöse Kunstwerke aus den Schatzkammern tibetischer Klöster, die größtenteils das Land noch nie zuvor verlassen haben«⁶ oder »sensationelle Themen« zum Beispiel die Ausstellung »six feet under – Autopsie unseres Umgangs mit Toten«⁷. Zudem werden für Ausstellungen in der Regel Rahmenprogramme erarbeitet, die von Abendbesichtigungen mit Taschenlampen, über Jazzabende bis zu Übernachtungen in den Ausstellungsräumlichkeiten reichen können.⁸ Weiterhin werden für Ausstellungen aufwändige und spektakuläre Werbemaßnahmen initiiert.⁹

Versprechen viele dieser aufgeführten Maßnahmen eine kurzfristige Erhöhung der Besuchszahlen von Ausstellungen und Museen, so stellt sich langfristig die Erkenntnis ein, dass eine uninspirierte Dauerausstellung nicht durch einen Jazzabend kompensiert werden kann.

.....
⁵ /// Diese Forderung kulminierte in der von Hilmar Hoffmann (1979) verfassten Schrift: »Kultur für alle«.

⁶ /// Die Ausstellungen »Tibet. Klöster öffnen ihre Schatzkammern« fand vom 19. August–26. November 2006 in der Villa Hügel in Essen statt: (www.villahuegel.de; WWW-Quelle 1)

⁷ /// Die Ausstellung wurde vom 2. November 2006 – 21. Januar 2007 im Kunstmuseum Bern gezeigt: (www.kunstmuseumbern.ch; WWW-Quelle 2)

⁸ /// So offeriert beispielsweise das »American Museum of Natural History« seinen Besucher mit dem Slogan »Be among the lucky few to spent a night at the Museum!« eine Aktion die inspiriert zu sein scheint, von dem gleichnamigen Film, dessen Schauplatz das Museum of Natural History ist. (<http://www.amnh.org/kids/sleepovers>; WWW-Quelle 3)

⁹ /// Die zunehmende Bedeutung von Ausstellungskommunikation spiegelt sich auch in der Vergabe der »International Museum Communication Awards« (2007) wider, mit denen die besten Kampagnen ausgezeichnet werden. (<http://www.imca-awards.com>; WWW-Quelle 4)

Zudem liegen genügend Erfahrungswerte aus der Produktkommunikation vor, die belegen, dass sämtliche kommunizierten »Produktqualitäten« mit der tatsächlichen »Produktqualität« – in diesem Fall die der Ausstellung – korrelieren müssen. Suggestiert ein »Produkt« dabei Qualitäten, die es nicht besitzt, oder werden vorhandene Qualitäten mit den falschen Mitteln herausgestellt, dann tritt ein Zustand ein, der schwer reparabel ist: Das Produkt wird unglaubwürdig.¹⁰

Ira Mazzoni (1998) fordert in ihrem Artikel: »Von Disney lernen?«, der in der Zeitschrift »Museumskunde« des Deutschen Museumsbundes erschien, dass die Aktivitäten, derer sich Museumsverantwortliche bedienen auf die Inhalte des Museums abgestimmt und entsprechend gestaltet sein sollten. Sie fordert sie dazu auf, sich eines blinden Aktionismus zu entsagen und stattdessen alle Aktivitäten zu bündeln mit dem Ziel, einen »unverwechselbaren Merkort« (Mazzoni 1998: 16) zu schaffen.

Für die Schaffung eines solchen »unverwechselbaren Merkortes« leisten verschiedene Professionen einen Beitrag: So obliegt es diversen Fachwissenschaftlern, Sammlungsschwerpunkte zu definieren und Museologen, diese dokumentarisch zu erschließen. Kuratoren erarbeiten Konzepte für Ausstellungen und Museumspädagogen Vermittlungskonzepte. Erkenntnisse, an welche Gruppen von Besuchern sich diese Aktivitäten richten und welchen Kenntnisstand man bei dieser angesprochenen Zielgruppe erwarten darf, liefern Experten aus der Besucherforschung und Verantwortliche des Kulturmarketings wenden erprobte Strategien aus der Wirtschaft an, wie das Herausbilden einer »Corporate Identity« oder die Positionierung des Museums als »Marke«, um diese innerhalb der Kulturlandschaft zu etablieren.

¹⁰ /// Siehe hierzu: (Hellmann 2003: 279).

Die hier vorliegende Arbeit, die das geflügelte Wort des »Unverwechselbaren Merkorts« in ihrem Titel führt, macht es sich nun zur Aufgabe, diese Unverwechselbarkeit im Feld der Gestaltung¹¹ von Ausstellungen zu thematisieren – also jenen Bereich, in dem das theoretische Konzept, einschließlich der kuratierten Objekte einer Ausstellung, in eine für den Besucher erlebbare Form übersetzt wird.

Hierbei wird die Position vertreten, dass sowohl Dauerausstellungen, wie sie beispielsweise in Museen vorzufinden sind, als auch temporäre Ausstellungen in außerinstitutionellen Räumlichkeiten ihre Aktivitäten einer »Schlüsselidee« unterordnen müssen, um ein Positionierungsprofil im hier vorgestellten Sinne herausbilden zu können. Die gewählten Maßnahmen für dieses Profil werden jedoch in Abhängigkeit der spezifischen Bedingungen einer Ausstellung, wie ihre temporäre oder permanente Dauer, variieren.

¹¹ /// Die beiden Begriffe Gestaltung und Design werden in der Fachliteratur überwiegend synonym gebraucht. Es gibt zwar Stimmen, die an eine terminologische Differenz der beiden Begriffe erinnern, aber keinen allgemeinen Konsens darüber, wie und wann einem der beiden Begriffe der Vorzug zu geben ist. In dieser Arbeit werden daher die beiden Begriffe Gestaltung und Design synonym benutzt.

Im Bereich der Ausstellungsgestaltung wird zunehmend auch der Begriff der »Szenografie« benutzt, für den Roth (2001: 25) die folgende Definition liefert: »'Sceonografie' ist ein Kunstwort. Scenographie ist, einfach formuliert, das Handwerk, dreidimensionale Räume so zu inszenieren, so einzurichten, dass Inhalte verstärkt durch gestalterische Mittel deutlicher und prägnanter in ihrer Wirkung und damit in der intendierten Aussage werden.[...] Das wesentliche Grundelement der Scenographie ist die Interpretation der Inhalte mit künstlerischen Mitteln« Seit der EXPO 2000 in Deutschland hat der Begriff der Szenografie stark an Popularität gewonnen, seine Benutzung wird aber durchaus kontrovers diskutiert. Denn durch die Provenienz des Begriffs aus dem Theater- und Filmgenre, gilt es zu hinterfragen, welche Rolle die Ausstellungsinhalte in einem solchermaßen akzentuierten Raumbegriff einnehmen sollen.

Die Begriffe Ausstellungsdesign, Ausstellungsgestaltung und Szenografie mögen zwar unterschiedliche Bedeutungsaspekte aufzeigen, ihre Grenzen sind jedoch fließend und können nicht mit einer präzisen Trennschärfe erfasst werden. Stellt man nun die Frage, welche Professionen sich eigentlich mit der Gestaltung von Ausstellungen beschäftigen, so kann man zur Beantwortung der Frage eine ganze Reihe Beteiligter aufführen wie Architekten, Bühnenbildner, diplomierte Designer mit diversen Studienschwerpunkten, Innenarchitekten und freie Künstler, die sich auf das Medium Ausstellung spezialisiert haben. Um dieser Vielfalt von Vertretern unterschiedlicher gestalterischer Professionen gerecht zu werden, bietet es sich an, sie als »Ausstellungsgestalter« zu bezeichnen. Demnach erscheint es auch konsequent, die Arbeit des Ausstellungsgestalters als Ausstellungsgestaltung zu bezeichnen. Als Vorteil des Begriffs wird zudem die Offenheit gegenüber einer Hervorhebung des Raumes oder der Ausstellungsobjekte gesehen und somit bietet er sich für die Verwendung in der vorliegenden Arbeit an.

Die Überlegungen, wie eine Ausstellung durch ihre Gestaltungsstrategien zu einem »unverwechselbaren Merkort« werden könnte, sollen mit der Feststellung der »Unvermeidbarkeit von Gestaltung« beginnen. Denn bei der Konzeption einer Ausstellung kann man sich nicht für oder gegen die Gestaltung der Ausstellung entscheiden, sondern vielmehr muss in Ableitung eines Axioms von Paul Watzlawick: »man kann nicht nicht kommunizieren« (Watzlawick 1967: 53) konstatiert werden »man kann nicht nicht gestalten«. Denn unabhängig davon, wie komplex oder puristisch die Gestaltung einer Ausstellung sein mag, ist jede Vitrine, jeder Ausstellungssockel und jeder Punktstrahler eine gestalterische Aussage.¹²

So gesehen muss man bei der Planung einer Ausstellung keine Entscheidung für oder gegen ihre Gestaltung fällen – sehr wohl muss aber entschieden werden, in welche gestaltete Form die Konzeption der Ausstellung übersetzt werden und sich dem Besucher präsentieren soll.

Wie bereits aufgezeigt, ist das Inszenierungsspektrum von gegenwärtigen Ausstellungen gewaltig. Es muss festgestellt werden, dass selbst bei puristisch gestalteten Ausstellungen eine Vielzahl an Gestaltungsmitteln eingesetzt werden, wie Licht, Ausstellungsbauten, die als einfache Wände bis zu aufwändigen Kulissen realisiert werden können, Animationen, Farben oder Texte. Als Status Quo kann in diesem Zusammenhang die Erkenntnis aufgeführt werden, dass das Zusammenspiel dieser Gestaltungsmittel maßgeblich die angestrebten Lesarten und das Erleben der Besucher der Ausstellung beeinflusst. Dies wurde von Korff (2002: 144) mit dem formelhaften Kommentar »Interpretation qua Inszenierung« treffend erfasst.

Zunehmend schärft sich jedoch ein Bewusstsein dafür, dass der Gesamteindruck, den der Besucher sich von der Ausstellung bildet, nicht nur von der inszenierten Ausstellung inspiriert wird, sondern von einer ganzen Reihe weiterer Gestaltungsmittel wie der Architektur, dem eingesetzten Orientierungssystem, der Website, dem Signet und Plakat und anderen Werbemitteln,

¹² /// O'Doherty (1996) führt in seiner Schrift »Inside the white cube« sehr eindrücklich aus, dass es keine »neutralen« Präsentationsbedingungen in Ausstellungen geben kann. Am Beispiel des vermeintlich neutralen »white cube«, dem Ausstellungsraum der Moderne führt er aus: »Die ideale Galerie hält vom Kunstwerk alle Hinweise fern, welche die Tatsache, daß es ›Kunst‹ ist, stören könnten. Sie schirmt das Werk von allem ab, was seiner Selbstbestimmung hinderlich in den Weg tritt. Dies verleiht dem Raum eine gesteigerte Präsenz, wie sie auch andere Räume besitzen, in denen ein geschlossenes Wertesystem durch Wiederholung am Leben erhalten wird. [...] In dieser Umgebung wird ein Standardaschenbecher fast zu einem sakralen Gegenstand, ebenso wie ein Feuerlöscher in einem modernen Museum einfach nicht mehr wie ein Feuerlöscher aussieht, sondern wie ein ästhetisches Scherzrätsel.« (O'Doherty 1996: 9–10)

die der Öffentlichkeit ein Bild der Ausstellung vermitteln und so kommentiert Martine Scrive (2001: 161):

»Wenn eine Ausstellung gelungen ist, drückt sich die Kohärenz auf allen Ebenen aus: Vom Plakat über die Organisation des Raumes und dem Titel bis hin zur Wegführung, von der Auswahl der Gegenstände bis hin zu ihrer Anordnung in Szenen oder Bildern, von all diesen Elementen bis hin zu den Möglichkeiten der Erkundung, die den Besuchern geboten werden.«

Die bisherige Betrachtung führt uns vor Augen, dass die Gestaltung einer Ausstellung ein komplexes Betätigungsfeld darstellt – gilt es doch vielfältige Gestaltungsmittel für das Gesamterlebnis einer Ausstellung auszuwählen und zu bündeln.

Doch diese bloße Bündelung von Gestaltungsmitteln erzeugt noch nicht ihr gelungenes Zusammenspiel bzw. die von Martine Scrive bezeichnete Kohärenz, von der vermutet wird, dass sie eine wichtige Voraussetzung dafür darstellt, dass eine Ausstellung von ihren Besuchern als »unverwechselbarer Merkort« wahrgenommen wird.

Sehr naheliegend scheint es zunächst zu sein, diese Kohärenz der eingesetzten Gestaltungsmittel einer Ausstellung an ihrer jeweiligen formalen Ausprägung untersuchen zu wollen: Gibt es ein ausgearbeitetes Farbkonzept für alle eingesetzten Gestaltungsmittel? Korrespondieren die eingesetzten Materialien? Wurde eine »Hausschrift« und ein Gestaltungsraster für die internen und externen Kommunikationsmittel bestimmt? Zeigen die Gestaltungsmittel ein durchgängiges Formenrepertoire auf?

Doch diese Betrachtungsweise würde lediglich die Objektmerkmale der Gestaltungsmittel untersuchen und nicht die Frage des »Wozu?« stellen. In diesem Zusammenhang zeigt Bloch's Diktum (1985: 22): »Ein Geburtszange muss glatt sein, ein Zuckerzange mitnichten«, sehr trefflich auf, dass die bloße Feststellung von Objekteigenschaften nur im Zusammenhang mit der jeweiligen Aufgabe bzw. der jeweiligen Funktion¹³, die das Objekt erfüllen soll, betrachtet werden kann.

¹³ /// Der Begriff der »Funktion« wird im Folgenden synonym für »Aufgabe« genutzt und reduziert sich hierbei nicht auf die Funktion des »Technisch-Funktionalen«

Kehren wir in den Bereich Ausstellungsgestaltung zurück, kann diese Abhängigkeit von Form und Funktion an dem Gestaltungsmittel »Licht« illustriert werden: So kann einerseits die Gestaltung des Lichts in einer Ausstellung die Funktion übernehmen, ein kuratiertes Objekt, beispielsweise eine Waffe, optimal auszuleuchten, ein Studium von feinen Oberflächenbeschaffenheiten ermöglichen und so den Besucher in seiner Rezeptionsabsicht unterstützen. Genauso vorstellbar wäre es aber, dass die Beleuchtung der Waffe durch ein hoch gesättigtes Rot erfolgt, welches die feine Oberflächenbeschaffenheit nicht erkennbar macht, dafür aber die Funktion erfüllt, Assoziationen an eine blutige Schlacht nahezulegen. In diesem Zusammenhang wäre es also töricht, auf die Erfüllung der ersten Funktion, die im Folgenden provisorisch die »dienende Gestaltung« genannt werden soll, zu pochen. Vielmehr erfolgt die Entscheidung, welche Funktion von der Gestaltung übernommen werden soll, immer auf der Basis des individuellen inhaltlichen Kontexts einer Ausstellung, dem auch die Auswahl der auszustellenden kuratierten Objekte zugeordnet wird.

Dieses Bezugsdreieck von Form/ Funktion/ Kontext lässt John (2008: 20) zu dem Schluss kommen, dass die konsistente Abstimmung der Gestaltungsmittel einer Ausstellung nur über die einzigartige Verbindung ihrer Form, ihrer Funktion und ihres Inhalts erfolgen kann. Aus dieser Ausführung kann der Schluss gezogen werden, dass die Ausprägung der Gestaltungsmittel in Ausstellungen nicht eindimensional auf eine Funktion reduziert werden kann, wie die der »dienenden Gestaltung«, sondern dass die Gestaltung mehrdimensional betrachtet werden muss.

Verfolgt man den Stand der Diskussionen bei Symposien und in der Fachliteratur, so ist zunächst feststellbar, dass sich die mehrdimensionale Betrachtung von Ausstellungsgestaltung durch unterschiedliche Positionen von Experten ausdrückt:

So besteht die Funktion der Ausstellungsgestaltung für Mazzoni (1998: 16) beispielsweise darin »Sinnzusammenhänge sinnlich erfahrbar zu machen«; für Kobler (1997: 42) hingegen sollte die Verräumlichung eines Ausstellungskonzepts nicht als Ästhetisierung sondern als Prozess begriffen werden, der eine mehrfachlesbare Ausstellung zulasse und Klein (2007: 175) fordert: »in den an sich chaotischen Bedeutungsraum ›Ausstellung‹ eine Bresche der Transparenz und Verstehbarkeit zu schlagen.«

Diese Darlegungen spiegeln zwar die Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung wider, aber sie verweisen auch auf den Mangel, eben diese Mehrdimensionalität strukturiert beschreibbar zu machen. Doch gerade im Hinblick

auf die gewünschte konsistente Ausprägung der Gestaltungsmittel und ihr Zusammenspiel scheint dieser strukturierte Blick unerlässlich: Denn wurde die Mehrdimensionalität von Gestaltung weiter oben an einem Gestaltungsmittel – dem Gestaltungsmittel Licht – aufgezeigt, so muss konstatiert werden, dass in Ausstellungen vielfältige Gestaltungsmittel eingesetzt werden, die durchaus unterschiedliche dimensionale Ausprägungen besitzen können und deren Zusammenspiel oder gegenseitiges Konkurrieren, maßgeblich an der Gesamtwirkung einer Ausstellung beteiligt sind.

Die vorliegende Arbeit macht es sich zur Aufgabe, diese Lücke zu schließen und einen strukturierten Betrachtungsansatz für die Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung zu erarbeiten.

1.2 // STAND DER FORSCHUNG ZUR MEHRDIMENSIONALEN BETRACHTUNG VON (AUSSTELLUNGS-)GESTALTUNG

Aus der bisherigen Betrachtung der Aufgabe von Ausstellungsgestaltung konnte die Erkenntnis gewonnen werden, dass Ausstellungsgestaltung nicht eindimensional auf ihre »dienende« oder »sinnliche« Funktion reduziert werden kann, sondern vielmehr mehrdimensional betrachtet werden sollte. Die Frage, die sich nun regelrecht aufdrängt ist, wie diese Mehrdimensionalität zu definieren ist, das heißt, auf welchen konkreten Dimensionen von Gestaltung die vielfältigen Gestaltungsmittel in Ausstellungen betrachtet werden sollen. Zunächst scheint diese Frage schnell beantwortet zu sein, indem man voraussetzt, dass in Abhängigkeit des Konzepts einer Ausstellung die Funktionen der unterschiedlichen Gestaltungsmittel vielfältiger Art sein können, wie die der Provokation oder der guten Benutzbarkeit etc. Die Zielsetzung bei der Formulierung der Dimensionen zur Betrachtung der Mehrdimensionalität von Gestaltungsmitteln von Ausstellungen besteht aber darin, Dimensionen zu definieren, die so grundsätzlich sind und über so viel Trennschärfe verfügen, dass sie zur Betrachtung aller in Ausstellungen eingesetzten Gestaltungsmittel herangezogen werden können. Denn dies stellt die Voraussetzung dafür dar, das Zusammenspiel der vielfältigen in Ausstellung eingesetzten Gestaltungsmittel untersuchen zu können.

Im Folgenden soll dargestellt werden, welche Überlegungen zur mehrdimensionalen Betrachtung von Ausstellungsgestaltung von unterschiedlichen wissenschaftlichen Positionen aus formuliert worden sind und wie diese für die hier vorliegende Arbeit genutzt werden können oder aber abgegrenzt werden müssen.

Der folgenden Ausführung soll die Bemerkung vorangestellt sein, dass die Thematisierung des »gestalteten Objekts« auf alle Gestaltungsmittel einer Ausstellung abzielt, also auch auf die Architektur.

Die Gestaltungsmittel einer Ausstellung sollen im Kontext dieser Arbeit zunächst gegenüber Kunstwerken abgegrenzt werden. Eine pointierte Unterscheidung von Kunst und Design, die in dem hier vorgestellten Zusammenhang zunächst völlig ausreichend ist, liefert Voßmerbäumer (1990: 68) mit den Worten: »Kunst ist, ihrem Wesen entsprechend, nicht zweckgebunden, im Unterschied zum Design, das sich selbst in der Negation des Zweckes an ihm orientiert«.

Die »Zweckgebundenheit« der Ausstellungsgestaltung ist zunächst darin zu sehen, dass sie Präsentationsbedingungen für die auszustellenden Inhalte schafft – wir nannten dies provisorisch »die dienende Gestaltung« – wie Ausstellungsbauten, die den Raum aufteilen und als Halterungen für schützenswerte kuratierte Objekte dienen.

Synonym für den Begriff »Zweck« wird in diesem Zusammenhang auch der Begriff der »Funktion« – des Technisch-Funktionalen – gebraucht. Sowohl der Begriff »Zweck« als auch der Begriff »Funktion« implizieren aber nicht eindeutig die Perspektive, für wen etwas funktional ist oder für wen ein Zweck erfüllt werden soll. So ist im Kontext von Ausstellungsgestaltung beispielsweise zu fragen, ob eine Vitrine als funktional bezeichnet werden kann, weil sie die Totenmaske Tutanchamuns vor dem Zugriff des Besuchers schützt oder ob sie als funktional zu bezeichnen ist, weil sie dem Besucher einen optimalen Blick auf eben dieses Objekt ermöglicht.

Grundsätzlich scheint die hier kurz umrissene »Zweckgebundenheit« eine wesentliche Dimension von Gestaltung darzustellen – es bietet sich jedoch an, die Perspektive zu klären, für wen oder was etwas funktional ist. Im Kontext dieser Arbeit, die keinen konservatorischen Hintergrund hat und somit auch nicht den Schutz von kuratierten Objekten im Zeige-Modus verhandelt, ist dies die Perspektive des Besuchers einer Ausstellung. Ausgehend von dieser besucherzentrierten Perspektive bietet es sich an, von der »Gebrauchsdimension«

zu sprechen, denn sie stellt einen Bezug her zwischen dem Objekt und dem gebrauchenden Subjekt.

Der Begriff der »Funktionalität« soll im Weiteren noch einmal aufgegriffen werden, um zu der nächsten Dimension des Designs zu führen. Hier soll von Baudrillards (1991: 83) Ausführung ausgegangen werden, dass »funktionell« keineswegs bedeute, dass etwas an einen Zweck adaptiert sei, sondern vielmehr als Vermögen betrachtet werden könne, sich in ein zusammenhängendes Ganzes zu integrieren. Baudrillard arbeitet diese Überlegung weiter aus und leitet daraus sein Theorem ab, dass die wesentliche Betrachtung gestalteter Objekte in der Untersuchung ihrer Zeichenhaftigkeit läge. Innerhalb der Semiotik, der Wissenschaft der allgemeinen Lehre von Zeichen, sind zahlreiche Theorieansätze erarbeitet worden, um kulturelle Phänomene auf ihre Zeichenhaftigkeit zu untersuchen¹⁴; einen guten Überblick liefert Nöth (2000). Die Grundüberlegung zur Bedeutung der Zeichenhaftigkeit von gestalteten Objekten wird darin gesehen, dass die reine Funktionsbeschreibung, im Sinne ihres Gebrauchs, nicht ausreicht, um ihre kulturelle Bedeutung zu untersuchen. Eco (2002), der eine Kultursemiotik entwickelte, die auch eine Betrachtung von Architektur und Design impliziert, unterscheidet zwischen der »funktionellen Denotation« und der »symbolischen Konnotation«. Während erstere sich auf die Untersuchung des Gebrauchs des Objekts bezieht, bezieht sich letztere auf seine vielfältige symbolische Bedeutung und die Assoziationen, die das Objekt hervorruft: »Ein Stuhl sagt mir vor allem, daß ich mich daraufsetzen kann. Aber wenn der Stuhl ein Thron ist, dient er mir nicht nur zum Sitzen; er ist dazu da, sich mit einer gewissen Würde auf ihn zu setzen und bekräftigt den Akt des ›Mit Würde Sitzens‹ mittels einer Reihe von Nebenzeichen, die Majestät konnotieren [...] Diese Konnotationen ›majestätischer Würde‹ sind in dem Maße funktionell, daß – wenn überhaupt vorhanden – man die Funktion des ›Bequem Sitzens‹ vernachlässigen kann.« Eco (2002: 311)

Die Voraussetzung der angestellten Lesart des Throns, ist laut Eco, dass seine Gestaltung auf den jeweiligen aktuellen kulturellen Kodifizierungsprozessen – dem Code – der Gesellschaft beruht, in der er eingesetzt wird.

¹⁴ /// Die Untersuchung von Ausstellungsgestaltung unter dem Paradigma der Zeichenhaftigkeit, ist Gegenstand der Dissertation von Jana Scholze (2004). Scholze definiert hier einen semiotischen Ansatz, mit dem sie Signifikations- und Kommunikationsprozesse und ihre Übersetzung in visuelle Codes beschreibbar macht.

Eco's kultursemiotische Sicht auf gestaltete Objekte und seine Definitionen der »funktionellen Denotation« und der »symbolischen Konnotation«, scheinen zu nächst überaus prädestiniert zu sein, als Betrachtungsdimensionen der vielfältigen Gestaltungsmittel in Ausstellungen in Frage zu kommen:

// Ecos Überlegungen zur funktionellen Denotation gehen über die Feststellung der reinen Funktion des »Werkzeugcharakters« eines Objekts hinaus, indem er formuliert: »dass die Form des Objekts nicht nur die Funktion möglich machen muß, sondern sie so eindeutig denotieren muß, daß sie nicht nur möglich, sondern auch wünschenswert wird und zu den Bewegungen führt, die am besten geeignet sind, die Funktion zu erfüllen.« Eco (2002: 308).

Diese Definition der »funktionellen Denotation« würde somit erlauben, den gestalteten Gegenstand darauf hin zu untersuchen, ob er den Benutzer in seiner Rezeptionsabsicht beim Besuch der Ausstellung optimal unterstützt und den vorangestellten Absichten der skizzierten Gebrauchsdimension entspricht.

// Die Betrachtung der »symbolisch-konnotativen« Dimension der Gestaltungsmittel würde es ermöglichen, die vielfältigen Bedeutungsstrukturen und assoziativen Verbindungen zwischen den Gestaltungsmitteln und den kuratierten Objekten – die Lesart(en) einer Ausstellung – zu untersuchen.

Vergegenwärtigen wir uns im Folgenden jedoch noch einmal die spezifischen Bedingungen des Mediums Ausstellung:

Ausstellungen sind laut Kobler (1997: 46) »Auslegungen im physischen Raum«. Das hat zur Konsequenz, dass der Besucher einer Ausstellung diese nicht nur über seinen Sehsinn wahrnimmt, sondern mit seinem Körper »als Organ der sinnlichen Wahrnehmung in toto« (Korff 2003: 67). Das Erkunden der Ausstellung ist gleichzeitig ein Erkunden des Raumes, in den sich der Besucher ohne jegliche Distanz hineinbegibt. Erfordert das »Lesen« einer Ausstellung zum einen ausschließlich kognitive Prozesse des Besuchers, so suggeriert die semiotische Sicht auf Ausstellungen zudem eine Distanz des lesenden Subjekts zum Ausstellungsraum – die, wie aufgezeigt werden konnte, nicht vorhanden ist. Tatsächlich, so die hier aufgestellte Hypothese, wirkt beim Betreten des Ausstellungsraums dieser zunächst unmittelbar.

Die unmittelbare Welterfahrung ist jedoch laut Nöth (2000: 134) ein Bereich des Nichtzeichenhaften – denn Zeichen sind immer vermittelt.

In dieser Sphäre des Nichtzeichenhaften kommt der »wow« Faktor zum Tragen, wie Norman (2004: 65) etwas lax formuliert und damit die unmittelbare Reaktion auf ein gestaltetes Objekt meint. Elaborierter beschreibt Gernot Böhme diese unmittelbare Wirkweise des Nichtzeichenhaften im Zusammenhang von Architektur beziehungsweise der Raumerfahrung in Architektur. Seine These der »Atmosphäre« von Architektur besteht darin, dass die genuine Zugangsart zu Werken der Architektur nicht über das Sehen erfolgt, sondern über das Spüren. In einem Rückgriff auf Hermann Schmitz definiert Böhme (2006: 19) die Atmosphäre als »ergreifende Gefühlskräfte«, die in Abhängigkeit von der Sensibilität des Einzelnen, zumindest beim ersten Besuch eines Raums zum Tragen kommen: »Atmosphären sind etwas Räumliches und sie werden erfahren, indem man sich in sie hineinbegibt und ihren Charakter an der Weise erfährt, wie sie unsere Befindlichkeit modifizieren bzw. uns anmuten.« (Böhme 2006: 16). Mit der Betrachtung der Atmosphären gelangt man, so Böhme weiter: »in den anthropologisch wichtigen Bereich der Stimmungen, Gefühle und Affekte« (ebda.: 25).

Dieser Bereich des Unmittelbaren – des Nichtzeichenhaften, in dem die Merkmale eines gestalteten Objekts auf die »Stimmungen, Gefühle und Affekte«, die sie beim Besucher auslösen, untersucht werden – kann als weitere wichtige Dimension bei der Betrachtung der Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung begriffen werden und kann provisorisch die »sinnlich-atmosphärische Dimension« genannt werden. Gerade im »Erlebnisort« Ausstellung scheint ihre Thematisierung unerlässlich.

Mit der Notwendigkeit, auch den Bereich des Nichtzeichenhaften untersuchen zu wollen, sehen wir uns zunächst mit zwei unvereinbaren Theorien konfrontiert: Hier die semiotische Sicht, die die Objekteigenschaften des gestalteten Objekts in Bezug auf den kulturellen Code, bzw. seine Subcodes untersucht und dort der Bereich des Nichtzeichenhaften, in dem die Wirkung der Objekteigenschaften auf die »Stimmungen, Gefühle und Affekte« des Betrachters thematisiert werden.

In dieser vertrackten Situation können wir jedoch auf ein Theorieangebot des Kognitionspsychologen Donald A. Norman zurückgreifen. Norman erklärt die Mehrdimensionalität des Designs mit den Besonderheiten der menschlichen In-

formationsverarbeitung und gründet hierauf seinen Ansatz, den er »Emotional Design« (2004) nennt. Der Kerngedanke seiner Forschung besteht in der Feststellung, dass der Einfluss von Emotionen bei der Informationsverarbeitung des Menschen unterschätzt wird und tatsächlich die emotionalen und kognitiven Anteile als gleichwertig und miteinander verwoben betrachtet werden müssen. Auf der Basis dieser Erkenntnis leitet er drei Ebenen der Informationsverarbeitung ab, die er »visceral level«, »behavioral level« und »reflective level« nennt. Von diesem zunächst am menschlichen Subjekt orientierten Ansatz bemerkt Norman, dass die drei Ebenen der Wahrnehmung auch von Seiten des Objekts her, nämlich der Instanz, durch die sie erzeugt werden, betrachtet werden können und spricht dann von »visceral design«, »behavioral design« und »reflective design«. Diese drei Aspekte des Designs entsprechen inhaltlich den hier schon angerissenen Dimensionen und können folgendermaßen zugeordnet werden: So entspricht der Aspekt des »visceral design«, der provisorisch genannten »sinnlich-atmosphärischen Dimension«, der Aspekt des »behavioral design« der Gebrauchsdimension und der Aspekt des »reflective design« der provisorisch »symbolisch-konnotativ« genannten Dimension.

In diesen drei Dimensionen, deren Fundament durch Normans Theorie des Emotional Design gegeben ist wird das Potenzial gesehen, die Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung beschreibbar zu machen und dies mündet in die nun vorzustellende Zielsetzung dieser Arbeit.

1.3 // ZIEL DER ARBEIT

Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, ein Beschreibungssystem für die Mehrdimensionalität der vielfältigen in Ausstellungen eingesetzten Gestaltungsmittel zu erarbeiten.

Basierend auf der Theorie »Emotional Design« von Donald A. Norman sollen drei Dimensionen definiert werden, die als geeignet erachtet werden, das Zusammenspiel der eingesetzten Gestaltungsmittel einer Ausstellung zu untersuchen.

Grundsätzlich wird in dieser Arbeit die Position vertreten, dass gestaltete Objekte nicht auf der Grundlage von allgemeinen Kriterien, im Sinne eines Rezepts entwickelt und beschrieben werden können. Vielmehr können Beurteilungen in Dichotomien von »richtig« und »falsch« immer nur auf der Basis des individuellen Kontexts eines Gestaltungsauftrags – hier einer Ausstellung

– angestellt werden. Demnach muss an dieser Stelle unterstrichen werden, dass es nicht erklärtes Ziel dieser Arbeit ist, feststehende Kriterien für die Gestaltung von Ausstellungen und ihre Beschreibung zu erarbeiten. Vielmehr macht es sich die vorliegende Arbeit zur Aufgabe, die Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung auf der Basis des individuellen Kontexts einer Ausstellung mit einem offenen Beschreibungssystem zu untersuchen, welches veränderte Bedingungen und neue Anforderungen berücksichtigt. Auch soll das Beschreibungssystem »in vivo« an einer Ausstellung erprobt werden – womit die hier vorgelegte Arbeit einen hohen Anwendungsbezug beansprucht.

Die vorliegende Untersuchung gründet in der Überzeugung, dass Theorie, um mit einem Wort von Gui Bonsiepe (1996: 236) zu sprechen »als die Domäne charakterisiert werden [kann], in der Distinktionen entfaltet werden, welche zu einem reflektierten Eigenverständnis der Praxis beitragen.«

Das Anliegen dieser Arbeit besteht darin, den unterschiedlichen Professionen, die bei der Konzeption und Ausführung von Ausstellungen zusammenarbeiten und den Rezensenten, die über Ausstellungen schreiben, einen Beschreibungsansatz anzubieten, der es ermöglicht, die Ausprägung von Ausstellungsgestaltung mehrdimensional zu erfassen und so einen differenzierten Blick auf die hochkomplexe Bündelung von Gestaltungsmitteln in Ausstellungen vorzunehmen. Denn in der gekonnten Bündelung von Gestaltungsmitteln, die eine Gesamtwirkung der Ausstellung erzeugen, wird das Potenzial gesehen, dass Ausstellungen als »unverwechselbare Markorte«, als Gedächtnisanker in der Erinnerung des Besuchers bleiben – und dies stellt die beste Voraussetzung dafür dar, eine Ausstellung wieder besuchen zu wollen; eine Absicht, die gerade für die Existenz von Dauerausstellungen als unabdingbar betrachtet werden kann.

1.4 // WISSENSCHAFTLICHE EINORDNUNG

Die vorliegende Arbeit ist als Forschungsbeitrag für die Disziplin des Designs zu verstehen, welche in erster Linie als eine angewandte, auf die Praxis ausgerichtete Disziplin verstanden wird. Design als Tätigkeit umfasst die Domäne des menschlichen Handelns, in der ein gegebener IST-Zustand in eine geplante SOLL-Situation überführt werden soll (Jonas 2004: 236). Das zu umreißende Tätigkeitsfeld von Design erstreckt sich über die Gestaltung von Gebrauchsgegenständen, wie die eines Computers oder einer Beinprothese, über die

Gestaltung von komplexen immateriellen Interaktionsabläufen, wie die von Software oder Serviceleistungen, Corporate Design, oder eben auch die Gestaltung von Ausstellungen. Hierbei tendiert die Entwicklung dahin, dass sich Designer einerseits auf Grund immer komplexer werdender Entwurfsaufgaben zunehmend spezialisieren; andererseits sich die Methoden der Unterdisziplinen des Designs zunehmend vermischen, um auf einer experimentellen Basis neue Aussagen formen zu können (Eiserle 2004: 2). Ein Bereich, auf den dies sehr anschaulich zutrifft ist der Bereich der Ausstellungsgestaltung, in dem vielfältige Gestaltungspraktiken des Grafikdesigns, der Innenarchitektur, des Lichtdesigns, des Produktdesigns oder des Animationsdesigns verknüpft werden. Diese Bündelung von unterschiedlichen Gestaltungsmitteln erfordert die Fähigkeit, in Gestaltungsgenreübergreifenden Strategien denken zu können und markiert die Sphäre, in der die hier vorliegende Arbeit anzusiedeln ist: Eine Metaebene von der aus auf Gestaltungsstrategien geblickt wird.

Wurde vorangestellt Design als eine Tätigkeit skizziert, in der ein gegebener IST-Zustand in eine geplante SOLL-Situation überführt werden soll, so fehlt dieser Ausführung zunächst die Perspektive, für wen oder was diese Aktivität verrichtet wird. Denn im Gegensatz zu technischen Disziplinen, die eine physikalische Effizienz verfolgen, verfolgt Design eine nutzerzentrierte Perspektive, die den Menschen mit seiner physischen, psychischen und emotionalen Beschaffenheit, als Adressaten seiner Aktivitäten bestimmen. Als eine wichtige Voraussetzung für die Einnahme einer nutzerzentrierten Perspektive beschreibt Krippendorff (2006: 66) eine Eigenschaft des Designers, die er »second order understanding« nennt und folgendermaßen definiert: »Understanding someone else's understanding is an understanding of understanding, an understanding that recursively embeds another person's understanding in one's own, even if, and particularly when, these understandings disagree, contradict one another, or are thought by one to be wrong or appallingly unethical.«

Für das hier zu propagierende Designverständnis beziehen sich Designprozesse im Allgemeinen und im Bereich der Ausstellungsgestaltung im Speziellen, auf die Fokussierung der Belange des Benutzers und grenzen sich somit von der Auffassung ab, Ausstellungsgestaltung als »Kunst« begreifen zu wollen, die mit den Worten von Rémy Zaugg (1987: 11) charakterisiert werden soll: »Das Werk drückt sich in seinem Namen aus. Es ist in diesem Sinne autonom. Es dient nichts und niemandem. Es hätte keinerlei Nutzen, wenn es nicht bezweckte, sich zum Ausdruck zu bringen.«

Diese Unterscheidung wird nachdrücklich betont, denn die Autorin vertritt die Position, dass die Aufgabe der Gestaltung einer Ausstellung nicht primär im Selbstausdruck des Gestalters zu suchen ist, sondern in der Herstellung einer Ansprache der Besucher. Damit differenziert sie sich von der Auseinandersetzung eines Künstlers mit dem Medium »Ausstellung«, die dann gewissermaßen in der »Werkform« Ausstellung mündet.

Die Position des Designs »zwischen« den Benutzern und den Artefakten wird häufig auch als »Interface« bezeichnet; siehe hierzu: Bonsiepe (2006: 20); Jonas (2004: 27)

Mayrand (2004: 406) führt die Wirkweise des Designs als »Interface«, im Bereich der Ausstellungsgestaltung aus: »A good exhibition [design] eliminates this invisible frontier between the spectator and the medium – it becomes an interface between the visitor and the content of the exhibition. To achieve this, a global vision defining how visitors are to interact with the collections, knowledge or storyline must be developed.« In dieser Arbeit wird ausdrücklich die Position vertreten, dass die von Mayrand bezeichnete »global vision« für jeden Gestaltungsauftrag neu zu definieren ist und zwar auf der Basis seines Kontexts, welcher die spezifischen Bedingungen beinhaltet, unter denen ein Entwurf entwickelt werden soll. Jonas spricht in diesem Zusammenhang von der »Kontextsensibilität« von Entwurfsprozessen: »Das Kontextuelle ist komplex und wandelt sich permanent« (Jonas 2004: 27)

Gegenstand von Designprozessen sind laut Rittel & Webber (1973) häufig »wicked problems«, die durch einen hohen Grad an Komplexität, einen individuellen Kontext, der keinen Transfer von Erfahrungen mit ähnlichen Problemen gestattet, und begleitende Unsicherheit gekennzeichnet sind. Zur Bewältigung derartig komplexer Designaufgaben benötigen Designer Wissen und Methoden aus anderen Disziplinen, wie beispielsweise der Psychologie, den Ingenieurs- oder Kulturwissenschaften und so arbeiten sie auch häufig mit Fachvertretern anderer Professionen in interdisziplinären Teams zusammen. Die Aufgabe des Designers besteht in solchen Projektbündnissen darin, die Informationen unterschiedlicher wissenschaftlicher Provenienz, die sich durch die jeweilige Fachsprache und Abstraktionsgrade auszeichnen, »auf einen werthaftern Gesamtkontext zu beziehen. Ihm fällt die vornehme, weil seltene Funktion zu Informationen zu sortieren, zu selektieren, zu strukturieren, zu organisieren, zu ordnen, zu reduzieren, zu orientieren.« (Meyer 2003: 33)

und somit Handlungswissen zu generieren, welches der Designer schließlich mit Hilfe seiner Visualisierungskompetenz in eine definierte Form, sei sie materieller oder immaterieller Art, übersetzen kann.

Innerhalb dieses komplexen Designprozesses hat Christopher Frayling drei Bereiche definiert, in denen Designforschung angesiedelt werden kann. Sie werden von Jonas (2004: 29) folgendermaßen paraphrasiert:

1 // Research about Design:

agiert von außen, den Gegenstand auf Distanz haltend. Forscher sind wissenschaftlich arbeitende Beobachter, die den Gegenstand möglichst nicht verändern. Beispiele: Designphilosophie, Designgeschichte, Designkritik.

2 // Research for Design:

den Prozess punktuell unterstützend. Forscher agieren als ›knowledge suppliers‹ für Designer. Beispiele: Marktforschung, Nutzerforschung, Produktsemantik.

3 // Research through Design:

das designeigene forschende und entwerfende Vorgehen. Designer/Forscher sind unmittelbar involviert. Verbindungen herstellend, den Forschungsgegenstand gestaltend.¹⁵

Die hier vorliegende Arbeit sieht sich als Beitrag des »Research for Design«: Aus der Perspektive der projekterfahrenen Designerin wird ein offener Beschreibungsansatz für die Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung erarbeitet und erprobt. Dieses solchermaßen generierte Beschreibungssystem soll als ein wissenschaftlicher Beitrag mit deutlich akzentuiertem Anwendungsbezug im Bereich der Ausstellungsgestaltung begriffen werden und schließt somit vertiefende kulturtheoretische Betrachtungen des Mediums »Ausstellung« und einen Untersuchungsschwerpunkt auf die »Einschreibungen« von kuratierten Objekten aus.

¹⁵ /// RTD kann als das Forschungsparadigma des Designs begriffen werden, in dem Designforschung als ein »offenes transdisziplinäres Konzept« weiterentwickelt werden soll: Design wird so als »integrative Forschung« begriffen, indem zusammen mit anderen Disziplinen ein methodisches Vorgehen gewählt wird, welches wissenschaftliches und praktisches Denken verbindet und somit wird das Entwerfen zu einem eigenen Forschungsansatz erhoben. Siehe hierzu beispielsweise: Eiserle (2004) und die Ausführungen der Initiatorinnen des Design-Research-Labs. (www.design-research-lab.org; WWW-Quelle 5)

2 // MEHRDIMENSIONALE AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Die einleitende Betrachtung führt aus, dass in Ausstellungen vielfältige Gestaltungsmittel eingesetzt werden, deren Bündelung und Zusammenspiel den Gesamteindruck des Besuchers vom Erlebnisort »Ausstellung« maßgeblich beeinflussen. Weiterhin ist die Notwendigkeit dargelegt worden, Gestaltung nicht verkürzt auf einer Dimension zu erfassen, sondern stets mehrdimensional zu betrachten.

Der Bereich der Gestaltung, in dem die Bestrebung, die Mehrdimensionalität von Design beschreibbar zu machen zu der Entwicklung einer Reihe von Modellen und Ansätzen führte, ist der Bereich des Produktdesigns.

So ist die Theorie »Emotional Design«, auf der die vorliegende Arbeit basiert, von dem Kognitionspsychologen Donald Norman für die Betrachtung von »everyday things«, also von Alltagsgegenständen formuliert worden.

Als ein etablierter Ansatz, die vielfältigen Funktionen von Design in ein sinnstiftendes System zu überführen, kann der »Offenbacher Ansatz« zur Produktsprache¹⁶ aufgeführt werden, dem seine Befürworter das Gewicht einer »Disziplinären Designtheorie« zuschreiben (Bürdek: 1991; 2006).

Im Folgenden soll dieser Ansatz vorgestellt werden, mit dem Ziel, wichtige Überschneidungen, aber auch Unterscheidungen zu der Theorie des »Emotional Design« herauszuarbeiten.

Exkurs Offenbacher Ansatz

Der Offenbacher Ansatz konstituiert sich in der Betrachtung der produktsprachlichen Funktionen, die kategorisiert werden in die formalästhetischen Funktionen und die zeichenhaften Funktionen, respektive die Symbol- und Anzeigenfunktionen. Diese drei Funktionen werden von Steffen (2000) folgendermaßen charakterisiert:

Bei der Betrachtung der formalästhetischen Funktionen werden »Produkte – unabhängig von ihrer zeichenhaften Bedeutung – als Strukturen, Formen beziehungsweise Gestalten behandelt« (ebda.: 34) mit dem Ziel, die formalen

¹⁶ /// Die Grundlagen des »Offenbacher Ansatz« wurden von Jochen Gros und Richard Fischer in den 1970er Jahren erarbeitet und in den 1980er Jahren in einer Schriftenreihe der Hochschule Offenbach veröffentlicht. Im Jahr 2000 erschien die von Dagmar Steffen herausgegebene Schrift: »Design als Produktsprache. Der »Offenbacher Ansatz« in Theorie und Praxis«, in der Gros und Fischers Grundlagen um Beiträge weiterer Autoren ergänzt wurden.

Eigenschaften auf ihre ästhetische Ordnung und ihren Komplexitätsgrad zu untersuchen, um Aussagen über die Wirkung der gewählten Formsprache auf den Betrachter treffen zu können. Die formalästhetischen Funktionen werden so als »Syntax«, als »Grammatik« begriffen für die Artikulation von Inhalten – den zeichenhaften/ semantischen Funktionen eines Produkts. In einem Rückgriff auf die Philosophin Susanne Langer werden die semantischen Funktionen unterschieden in »Anzeichen« als »diejenigen Zeichen an einem Produkt, die direkt und unmittelbar seine praktische Funktion wahrnehmbar und verständlich machen« (ebda.: 62) und »Symbole« die »indirekt und mittelbar auf übergeordnete gesellschaftliche Kontexte verweisen.« Der bedeutende Unterschied zwischen der Anzeigen- und Symbolfunktion besteht in den assoziierten Vorstellungen, die mit einem Symbol verbunden werden: »Während Anzeichen und Objekt in einer direkten Beziehung [Signifikation] zueinander stehen, verweisen Symbole nicht nur auf ein konkretes Objekt [Denotation], sondern auch auf die mit dem Objekt verbundenen Vorstellungen [Konnotationen]«. (ebda.: 83)

Steffen erklärt die Verwendung des Begriffs der Funktionen beim Offenbacher Ansatz mit den folgenden Worten: »Der Begriff ›Funktionen‹ drückt hierbei aus, dass es nicht um quasi per se vorhandene Eigenschaften der Funktionen geht, sondern um Zeichen in ihrer Wirkung auf den Betrachter, das heißt um die Beziehung zwischen Mensch und Objekt.«

Zur Untersuchung der Wirkung des gestalteten Objekts auf den Menschen, zieht der Offenbacher Ansatz Erkenntnisse aus der Gestaltpsychologie heran und Theorien von Langer und Lorenzer zur Symbolbildung. Die praktische Funktion des gestalteten Objekts klammert der Offenbacher Ansatz dabei aus, vielmehr wird ausschließlich seine zeichenhafte Funktion thematisiert. In der hier vorliegenden Arbeit wird jedoch die Position vertreten, dass das gestaltete Objekt auch in seiner praktischen Funktion betrachtet werden muss. Das hat aber zur Konsequenz, dass auch die Frage Berücksichtigung finden muss, wie es von der Wahrnehmung des Subjekts zur Handlung kommt – also gewissermaßen wie die Wahrnehmungsdaten verarbeitet werden.

Der Kognitionspsychologe Donald Norman bezieht sich in seiner Theorie »Emotional Design« direkt auf diesen Verarbeitungsprozess und erklärt die Mehrdimensionalität des Designs mit den Besonderheiten der menschlichen Informationsverarbeitung, die er als einen Prozess auf verschiedenen Ebenen beschreibt, die er »*visceral level*«, »*behavioral level*« und »*reflective level*« nennt. Von

diesem am menschlichen Subjekt orientierten Ansatz bemerkt Norman, dass die drei Ebenen des Verarbeitungsprozesses drei Aspekten des Objekts des Designs entsprächen und spricht dann von »visceral design«, »behavioral design und »reflective design«: »The three levels of processing lead to three corresponding forms of design: visceral, behavioral and reflective. Each plays a critical role in human behavior, each an equally critical role in the design, marketing and use of products.« (Norman 2004: 60)

Norman's Theorie stellt keinen Gegenentwurf zum »Offenbacher Ansatz« dar. Vielmehr erarbeitet Norman ein kohärentes System, welches den Blick auf die gestalteten Objekte um eine mehrdimensionale Betrachtung erweitert, indem die Eigenschaften eines Objekts auf unterschiedlichen Ebenen des Informationsverarbeitungsprozesses ihre Bedeutung erhalten.

An dieser Stelle muss daran erinnert werden, dass in der vorliegenden Arbeit keine Produkte, sondern das Medium Ausstellung bzw. die Gestaltungsmittel von Ausstellungen betrachtet werden sollen. Gerade die Berücksichtigung der vielfältig miteinander verwobenen emotionalen und kognitiven Anteile der Informationsverarbeitung in der Theorie »Emotional Design« prädestinieren diese für die Betrachtung des komplexen Erlebnisortes »Ausstellung«. Diese Quelle soll folgendermaßen erschlossen werden:

Zunächst soll der Ansatz »Emotional Design« von Norman unter einer Fokussierung der Informationsverarbeitungsprozesse *visceral*, *behavioral* und *reflective* im allgemeinen vorgestellt und im besonderen auf die subjektive Wahrnehmung des Individuums eingegangen werden.

Die drei Ebenen *visceral level*, *behavioral level* und *reflective level* der menschlichen Wahrnehmung entsprechen drei Dimensionen des gestalteten Objekts. In einem nächsten Schritt soll die von Norman gewählte Terminologie *visceral design*, *behavioral design* und *reflective design* in einem Transfer in eine für die Disziplin des Designs üblichere Terminologie überführt werden.

Schließlich sollen die drei Dimensionen, die Norman für die Betrachtung von Gebrauchsgegenständen entwickelte, für die Betrachtung von Gestaltungsmitteln von Ausstellungen erörtert werden.

2.1 // EINFÜHRUNG IN DIE THEORIE DES »EMOTIONAL DESIGN«

Die menschliche Wahrnehmung konstituiert sich aus sogenannten »bottom-up« und »top-down« Prozessen, die zur Verarbeitung von Informationen eingesetzt werden. (Goldstein: 2008) Unter bottom-up Prozessen versteht man die Auswertung von eingehenden Umweltreizen zu kleinsten sensorischen Einheiten, deren Bearbeitung unbewusst abläuft und basale Empfindungen wie Gefahr oder Sicherheit beim Betrachten eines Reizes auslöst. Diese Prozesse sind biologisch determiniert, beziehen sich immer auf das unmittelbar Wahrgenommene und stellen das elementarste Sinneserlebnis dar.

Hingegen sind top-down Prozesse beeinflusst von wissensbasierten Konzepten, so dass das Wissen eines Individuums den Wahrnehmungsprozess determiniert. Hier werden bewusste Deutungs- und Bewertungsprozesse initiiert.

Beide Prozesse, sowohl bottom-up als auch top-down sind also an der Wahrnehmung beteiligt. Die interessante Frage ist nun die, wie die beiden Prozesse zusammenspielen und genau diese Frage erhebt Norman zu seinem Forschungsgegenstand, indem er dieses Zusammenspiel für die Wahrnehmung von gestalteten Objekten untersucht.

Normans Ansatz basiert auf der Feststellung, dass ein großer Teil der menschlichen Wahrnehmung und des Verhaltens auf Emotionen basiere: »Everything we do, everything we think is tinged with emotions, much of it subconscious« (Norman 2004: 7).

Hierbei unterscheidet er zwischen unbewussten Affekten, die durch bottom-up Prozesse ausgelöst werden, und dem Menschen ein schnelles Urteil über seine Umgebung geben und bewussten Emotionen, die er folgendermaßen definiert: »Emotion is the conscious experience of affect, complete with attribution of its cause and identification of its object.« (Norman 2004: 11)

Ein wesentlicher Unterschied in dieser Definition von Affekten und Emotionen liegt also darin, dass Affekte einen emotionalen Zustand beschreiben, in dem die kognitive Begründung für eben diesen Zustand fehlt.

Sowohl Affekte als auch Emotionen kontrollieren die Muskeln und die chemischen Prozesse der Neurotransmitter und wirken sich somit auf das menschliche Verhalten aus. Sie beeinflussen die Bereitschaft, sich mit Dingen und Prozessen auseinanderzusetzen und bestimmen die Qualität dieser Auseinandersetzung. Während Gefühle den Menschen in die Lage versetzen, schnelle Entscheidungen zu fällen, ermöglichen kognitive Informationen Interpretations-

und Deutungszusammenhänge – Gefühle und Kognition sind aber laut Norman miteinander verwoben, indem sie sich gegenseitig beeinflussen. Er bietet für diese gegenseitige Beeinflussung ein Erklärungsmodell an, welches auf der Erkenntnis basiert, dass die Prozesse der menschlichen Informationsverarbeitung in drei unterschiedliche Bereiche eingeteilt werden können. Norman unterscheidet das *visceral level*, den Bereich der automatisch und »vorprogrammiert« auf Reize reagiert, das *behavioral level*, den Teil der Informationsverarbeitung, der das Verhalten kontrolliert und das *reflective level*, den kontemplativen Bereich. Diese sollen im Folgenden vorgestellt werden.

2.1.1 // PROZESSE DER INFORMATIONSVERARBEITUNG: *VISCERAL, BEHAVIORAL, REFLECTIVE LEVEL*

Auf dem *visceral level* findet der simpelste und primitivste Prozess der Informationsverarbeitung statt, welcher aber dazu fähig ist, eine große Vielfalt von Reizen zu erfassen.

Das *visceral level* ist nicht dafür ausgelegt, Begründungen zu definieren oder Vergleiche zu vergangenen Situationen anzustellen. Vielmehr besteht seine Aufgabe darin, aus den wahrgenommenen Reizen einen ersten spontanen Eindruck zu formen. Im Laufe der Evolution haben sich hierbei »Voreinstellungen« herausgebildet, die auf dem *visceral level* als Muster erkannt werden und auf deren Wahrnehmung unbewusst mit positiven oder negativen Affekten reagiert wird. Norman (2004: 29–30) nennt die folgenden Voreinstellungen:

»warm, comfortably lit places; temperate climate, sweet tastes and smells; bright, highly saturated hues; ›soothing‹ sounds and simple melodies and rhythms; harmonious music and sounds; caresses; smiling faces; rhythmic beats; ›attractive‹ people; symmetrical objects; rounded, smooth objects; ›sensuous‹ feelings, sounds and shapes. [es folgen die Voreinstellungen, die automatisch zu negativen Gefühlswahrnehmungen führen] heights; sudden unexpected loud sounds or bright lights; ›looming‹ objects (objects that appear to be about to hit the observer); extreme hot or cold; darkness; extremely bright lights or loud sounds; empty, flat terrain; crowded dense terrain; crowds of people; rotting smells, decaying foods; bitter tastes; sharp objects; harsh, abrupt sounds; grating and discordant sounds; misshapen human bodies; snakes and spiders; human feces; other people's body fluids; vomit«.

Beachtet werden muss bei diesen biologischen Voreinstellungen, dass sie als

Dispositionen zu verstehen sind und nicht als vollständige Systeme, die bei allen Menschen gleich intensiv ausgebildet sind.

Viele automatisierte Handlungen sorgen für das Überleben des Menschen, wie beispielsweise das Vermögen Hindernisse zielgerichtet umlaufen oder Fressfeinde erkennen zu können. Auf dem *behavioral level* der Informationsverarbeitung finden jene Prozesse statt, die dazu führen, dass eingehende Umweltreize einen Handlungsimpuls auslösen.

Auf dem *reflective level* findet der am höchsten entwickelte Prozess der Verarbeitung eingehender Informationen statt. Während die Prozesse auf dem *visceral* und *behavioral level* unbewusst und ohne Interpretation ablaufen, ermöglicht das *reflective level* Verständnis, Interpretation, Begründungen und Vergleiche mit vergangenen Situationen. Es ist der Bereich, der am stärksten beeinflusst ist von den Variablen Kultur, Erfahrung oder Erziehung. Der Einfluss des *reflective level* im Wahrnehmungsprozess ist so groß, dass es sich über die Resultate der Verarbeitung auf dem *visceral* und dem *behavioral level* hinwegsetzen kann.

2.1.2 // ZUSAMMENSPIEL DER DREI LEVELS

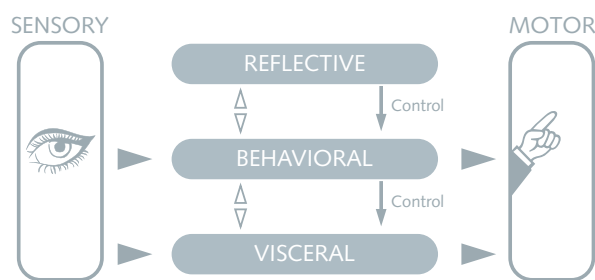


Abb.1: Die drei Prozesse der Informationsverarbeitung nach Norman (2004: 22)

Die Verarbeitung auf dem *visceral level* ist schnell: sie ermöglicht rasche Entscheidungen darüber, ob ein eingehender Reiz als gut oder schlecht, sicher oder gefährlich bewertet werden kann und sendet entsprechende Signale zu den Muskeln bzw. dem motorischen System. Dies ist der Beginn des affektiven Prozesses, der biologisch determiniert ist und gehemmt oder gefördert werden kann von Kontrollsignalen des *behavioral levels*, welches für einen Großteil des

menschlichen Verhaltens zuständig ist. Seine Aktivitäten werden wiederum gehemmt und gefördert von den Prozessen des *reflective levels*. Dieser Prozess- teil der Wahrnehmung hat keine direkte Kontrolle über den sensorischen und motorischen Teil. Es ist die Instanz, die den Überblick behält und reflektiert und versucht das *behavioral level* zu beeinflussen.

Ein wichtiger Unterschied zwischen den drei Prozessen der Informationsverarbeitung, besteht im Faktor Zeit. Die Verarbeitung auf dem *visceral* und *behavioral level* vollzieht sich immer unmittelbar und in der Gegenwart. Auf dem *reflective level* hingegen werden Informationen über die Vergangenheit bis zu Mutmaßungen über eine potenzielle Zukunft berücksichtigt.

Die Abbildung zeigt auch, dass die drei Prozesse der Informationsverarbeitung verzahnt sind und dass sie teilweise gleichzeitig ablaufen, miteinander interagieren und so zu einem dynamischen Prozess führen.

2.1.3 // SUBJEKTIVITÄT ALS KOMPONENTE DES WAHRNEHMUNGSPROZESSES

Menschen ähneln sich weltweit in ihren basalen Empfindungen, mit denen sie auf Reizmuster reagieren, so wie es durch die Evolution ausgebildet wurde. Diese Affekte sind biologisch determiniert und übernehmen die Aufgabe, dem Menschen schnelle Informationen über seine Umwelt zu geben und Kategorien zu bilden wie »sicher/ gefährlich«, »lecker/ eklig«.

Die Wirkweise dieser Affekte kann in vielfältigen Alltagssituationen beobachtet werden: So kostet es einige Menschen große Überwindung, Plateaus aus Stahlgittern zu betreten, die sich mehrere Meter in der Luft befinden, viele Menschen haben Angst vor Schlangen und Spinnen und deren Bewegungsmustern, einige Gerüche lösen bei Menschen Würgereize als Schutzreflex vor Vergiftungen aus (Tolass 2008).

Dieser Wahrnehmungsprozess ist als »bottom up« beschrieben worden, d.h. die unmittelbare Verarbeitung der Reizqualität führt zur Empfindung. Durch die kognitiven Fähigkeiten des Menschen können diese basalen Empfindungen durch Wissen und Erfahrung bewusst überwunden werden, indem beispielsweise ein bitterer Geschmack nicht zwangsläufig zum Abbruch einer Mahlzeit führen muss, sondern als angenehme und abwechslungsreiche Geschmacksnuance empfunden wird. Die Komplexität dieser »top down« Prozesse führt aber

auch dazu, dass Menschen auf Reize und Situationen unterschiedlich reagieren. Denn hier wirkt das individuelle Wissen, die Erfahrung und alle Facetten einer Persönlichkeit eines Individuums – kurz: Hier greift das Selbstkonzept eines Menschen, seine Subjektivität. Diese menschliche Subjektivität scheint zunächst alle Bemühungen von Designern ad absurdum zu führen, mit einer gestalterischen Lösung eine ganze Gruppe von Menschen ansprechen zu wollen. Denn die persönlichen Gefühls- und Deutungsprozesse zu gestalteten Objekten stellen den Punkt dar, an dem die Dialektik von Gestaltung deutlich wird – sie definiert objektbezogene Merkmale, deren intendierte Wirkung jedoch von der subjektiven Wahrnehmung des einzelnen Betrachters abhängig ist und mit individuellen Gefühlen und Bedeutungen aufgeladen wird, die sich dem Einfluss des Designers entziehen. Doch an dieser Stelle sollte nicht der voreilige Schluss gezogen werden, dass der Vorsatz, für eine Anzahl von Menschen ein gestaltetes Objekt zu entwerfen, eine vergebliche Bemühung darstellt. Zwar kann das »Selbst« als ein äußerst komplexes Konzept bezeichnet werden; doch trotz aller Subjektivität erinnert Norman daran, dass sich Menschen in vielen Handlungssituationen stark ähneln, weil sie einer Kultur angehören. Dieses Paradoxon aus subjektiven Deutungsmustern und der Gültigkeit von kulturellen Werte- und Normensystemen, die bei Betrachtern/ Benutzern zu unterschiedlichen und gleichen Verhaltensweisen in identischen Situationen führen kann, stellt die große Herausforderung für Gestaltungsprozesse dar.

2.1.4 // TRANSFER DER TERMINOLOGIE NORMANS IN DIE TERMINOLOGIE DES DESIGNS

Der Einfluss von Emotionen auf die Informationsverarbeitung des Menschen stellt den Kerndanken von Normans Ansatz »Emotional Design« dar. Die drei Informationsverarbeitungsebenen, die Norman *visceral*, *behavioral* und *reflective level* nennt, definieren somit auch, welche Aspekte eines gestalteten Objekts in der jeweiligen Wahrnehmungsstufe von Relevanz sind und so erklärt Norman (2004: 6):

»Visceral, behavioral, and reflective: These three very different dimensions are interwoven through any designs. It is not possible to have design without all three.«

Die drei Dimensionen *visceral*, *behavioral* und *reflective* des gestalteten Objekts, werden somit als die Dimensionen begriffen, die dem hier zu kreierenden Beschreibungssystem für Ausstellungen zu Grunde gelegt werden sollen.

Die von Norman benutzten Termini *visceral*, *behavioral* und *reflective* sollen für die Bezeichnung der drei Informationsverarbeitungsprozesse des Menschen weiter benutzt werden. Für die Ableitung der drei Dimensionen auf denen das gestaltete Objekt betrachtet werden soll, muten die Begriffe *visceral*, *behavioral* und *reflective* im Kontext von Design jedoch wie Fremdkörper an. Vielmehr bietet es sich an, für die von Norman definierten Inhalte der einzelnen Dimensionen auf Termini zurückzugreifen die etablierter sind im Design und die sich auch mit den Inhalten der von Norman definierten Dimensionen decken: So soll im Folgenden an Stelle der *visceral dimension* von der »sinnlich-affektive« Dimension und an Stelle der *behavioral dimension* von der »Gebrauchsdimension«¹⁷ und schließlich an Stelle der *reflective dimension* von der »semantischen Dimension«¹⁸ gesprochen werden.

.....
¹⁷ /// Zwar beinhaltet die Betrachtung der Gebrauchsdimension auch die Untersuchung der zeichenhaften Anzeigenfunktionen, aber sie beschränkt sich im Gegensatz zum »Offenbacher Ansatz« nicht darauf. Denn das Blenden einer Leuchte, der Schalter eines dynamischen Exponats in einer Ausstellung, bei dessen Nutzung man sich den Finger klemmt oder ein völlig überhitzter Innenraum, die allesamt als praktische Produktfunktionen bezeichnet werden können, definieren neben den Anzeigenfunktionen die Gebrauchsqualität des gestalteten Objekts, die ein Teil des Erlebnisses der Besucher der Ausstellung darstellt und so kommentiert Bruder (2004: IV) treffend: »Erst im Gebrauch zeigt sich, ob die kommunizierten Eigenschaften eines Produkts eingehalten werden können.«

¹⁸ /// In dem hier benutzten Referenzsystem der Theorie »Emotional Design« wird die semantische Dimension als die Dimension verstanden, auf der das gestaltete Objekt im Hinblick auf seine vielfältigen Bedeutungsbezüge, Bewertungen und Assoziationsketten innerhalb eines kulturellen Systems betrachtet wird.

Die folgende Grafik zeigt beispielhaft die vielfältigen »unstrukturierten« Kommentare, Reaktionen und Bewertungen zu einem gestalteten Objekt.

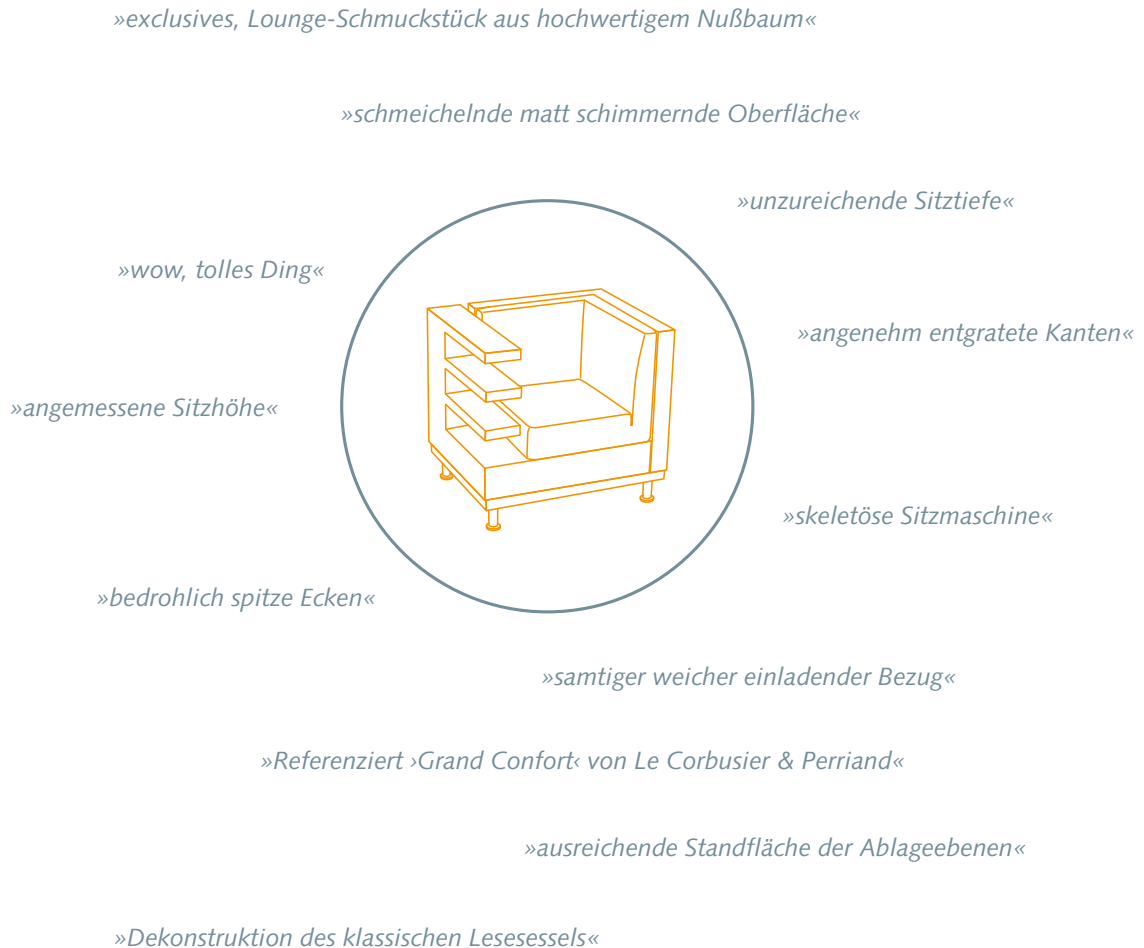


Abb.2: Vielfältige »unstrukturierte« Kommentare zum gestalteten Objekt

In der Abbildung 3 wird hingegen dargestellt, wie diese Kommentare, Reaktionen und Bewertungen, durch den Einsatz der drei Dimensionen – sinnlich-affektive Dimension, Gebrauchsdimension und semantische Dimension in eine Struktur überführt werden können, die zur Klärung beiträgt, über welchen Aspekt von Gestaltung kommuniziert wird.

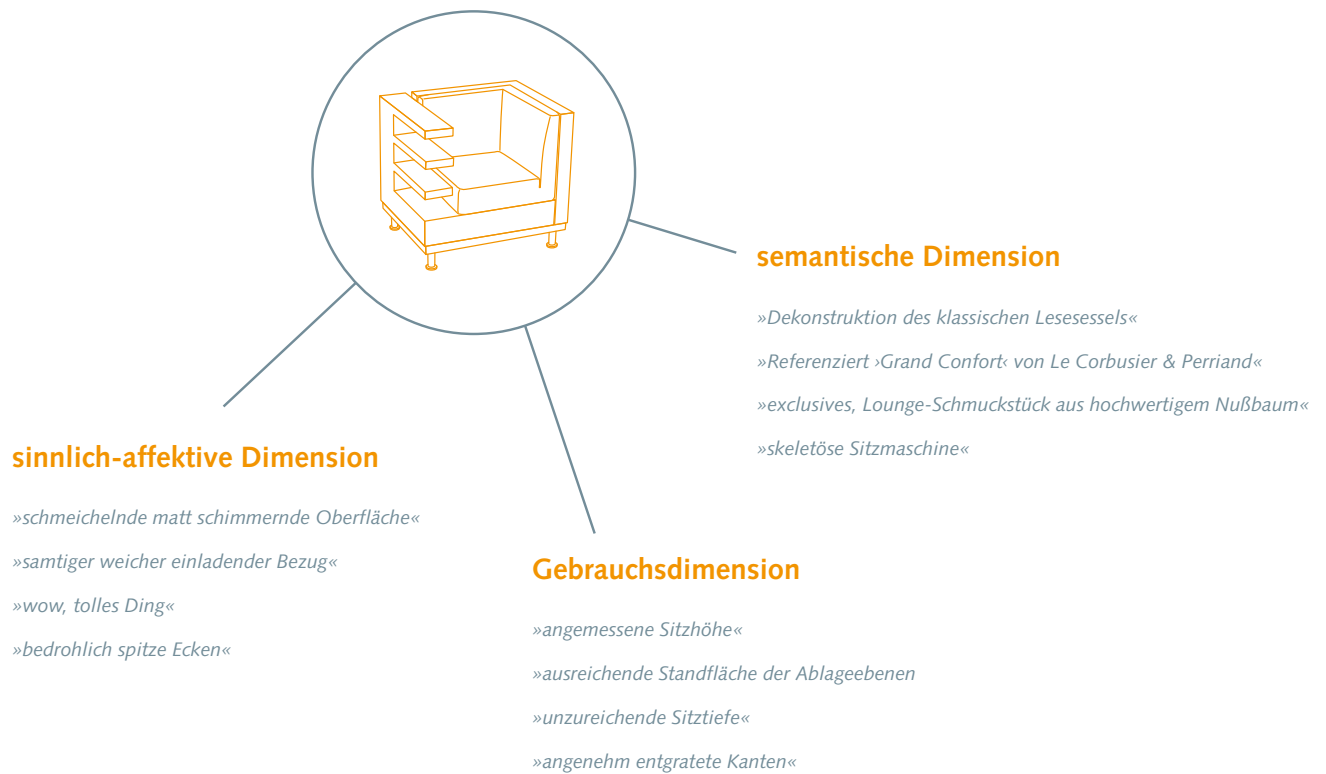


Abb.3: »strukturierte« Kommentare zum gestalteten Objekt

2.2 // ABLEITUNG DER BETRACHTUNGSDIMENSIONEN FÜR AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Die beschriebenen Dimensionen – die sinnlich-affektive Dimension, die Gebrauchsdimension und die semantische Dimension – des gestalteten Objekts sollen im Folgenden als die Dimensionen begriffen werden, die dem zu kreierenden Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung zu Grunde gelegt werden sollen.

In dem nun folgenden Abschnitt sollen ihre Bedeutung, die Norman für die Betrachtung von »everyday things« formulierte, für die Betrachtung von Ausstellungsgestaltung thematisiert werden.

Wie ausgeführt wurde, bestehen Ausstellungen aus vielfältigen Gestaltungsmitteln wie beispielsweise Ausstellungsbauten, Orientierungssystemen, Architektur oder Websites. Die Thematisierung der drei Dimensionen bezieht sich hierbei im Allgemeinen auf Ausstellungsgestaltung mit dem Ziel, zu definieren, welche Aspekte die Betrachtung der formalästhetischen Ausprägung der in einer Ausstellung eingesetzten Gestaltungsmittel unter dem Fokus der jeweiligen Dimension beinhaltet.

2.2.1 // DIE SINNLICH- AFFEKTIVE DIMENSION

»Visceral Design is all about immediate emotional impact [...] Shape and form matter. The physical feel and texture of materials matter. [...] It's all in the appearance«. (Norman 2004: 69). Die sinnlich-affektive Dimension des gestalteten Objekts wird als die Dimension begriffen, in der die formalästhetischen¹⁹ Merkmale des Objekts, wie die gewählten Formelemente, Farbeinsatz, Haptik, Geräusche und Gerüche, auf den unmittelbaren Initialeindruck, den sie beim Betrachter erzeugen untersucht werden. Böhme (2006: 14) beschreibt diesen Zustand als »Leiberfahrung«, d.h. die formalen Eigenschaften eines gestalteten Objekts bewirken eine unmittelbare Reaktion beim Betrachter, die fühlend und nicht reflektierend erzeugt wird.

Vergleichende Bewertungsprozesse, Deutungen oder die Einordnung des Wahrgenommenen in kulturelle Bezüge finden somit auf dieser Betrachtungsstufe nicht statt.

Folgender Auszug einer Rezension über die Eröffnung des »New Museum of Contemporary Art« in New York 2008 ermöglicht einen Eindruck, welche Erkenntnis die Betrachtung der sinnlich-affektiven Dimension im Kontext von Ausstellungen haben kann:

»Und plötzlich ähnelt der Turm eher einem Silo oder Bunker. [...] Die drei Ausstellungssäle im ersten, zweiten und dritten Stock sind nicht nur enger, als von außen zu erwarten, sie sind auch fensterlos. Tageslicht fällt nur durch schmale Streifen in der Decke ein, die durch die versetzten Grundflächen der »Boxen« gebildet werden. [...] Weder die extraschmalen, wie mit dem Messer geritzten Treppen, die die unteren Stockwerke verbinden, helfen gegen den klaustropho-

¹⁹ /// Hierbei muss erwähnt werden, dass der Begriff der »Ästhetik« nicht wie im aktuellen Sprachgebrauch üblich und per Duden definiert, als die »Wissenschaft vom Schönen und die Lehre von der Gesetzmäßigkeit und Harmonie in Natur und Kunst« verstanden werden will. Vielmehr rekurriert die hier verwendete Definition von »Ästhetik« auf den Begriff der *aisthesis*, was im griechischen »sinnliche Wahrnehmung« bedeutet und jene Form der Erfahrung bezeichnet, die durch die Sinne vermittelt wird. Als Gegenbegriff für Ästhetik im hier verstandenen Sinne, bietet Wolfgang Iser (1991: 10) den Begriff der *Anästhetik* an: »»Anästhetik« meint jenen Zustand, wo die Elementarbedingungen des Ästhetischen – die Empfindungsfähigkeit – aufgehoben ist. Während die Ästhetik das Empfinden stark macht, thematisiert Anästhetik die Empfindungslosigkeit – im Sinn eines Verlusts, einer Unterbindung oder der Unmöglichkeit von Sensibilität, und auch dies auf allen Niveaus: von der physischen Stumpfheit bis zur geistigen Blindheit.«

Diese Position entspricht einem allgemeinen Wandel zum Begriff der Ästhetik, der neben einer Wiederverankerung am griechischen *Aisthesis*-Begriff auch von einer Öffnung des Geltungsbereiches über die Künste hinaus für andere Bereiche von Wissen, Alltag, Politik und Natur ausgeht. (Allesch 2006: 12)

bischen Zustand. Noch die rohen Neonröhren und die Wände, Treppen und Gitter in uniformem Anstaltsweiß – so sehr der Kopf sie auch den präventösen Spielereien der Sushi-Bar-Moderne vorziehen mag. Oder wurden diese Druckkammer-Effekte ganz bewusst erzeugt?» (Häntzschel 2008: 15)

Norman benennt die oben beschriebene Wirkweise der gestalteten Objekte, die von dem Rezensenten als »klaustrophisch« erfahren wurden mit der treffenden Bezeichnung *visceral*, die übersetzt werden kann mit »auf die Eingeweide bezogen«, d.h. die sinnliche Wahrnehmung des Objekts ist eine leibliche Reaktion mit Erzeugung positiver oder negativer Affekte. Er erklärt diese Kopplung von Reizwahrnehmung, Körperreaktion und Affektbildung mit Reizmustern, die sich im Laufe der Evolution gebildet haben und die in der vorangestellten Beschreibung der Arbeitsweise des *visceral levels* aufgelistet worden sind. Unter den dort versammelten Reizmustern sind auch viele vorhanden, die als Objekteigenschaften von Relevanz sind: Helligkeit, angenehmes Raumklima, süßer Geschmack und Geruch, helle hoch saturierte Farben, harmonische, rhythmische Klänge, niederkomplexe, symmetrische runde, weiche Formen stellen hierbei Reizeigenschaften des gestalteten Objekts dar, auf die Menschen tendenziell mit positiven Affekten reagieren. Im Gegenzug verbreiten die folgenden genannten Reizeigenschaften eher negative Affekte: Höhen, wie sie beispielsweise durch Gebäude mit »Siloeffekt« erzeugt werden, d.h. die komplette Höhe ist vom Erdgeschoss bis zur Decke offen, leere flache Flächen, Dunkelheit, plötzlich auftauchendes grelles Licht oder laute Geräusche, bitterer Geschmack, toxische Gerüche, disharmonische und unrhythmische Klänge, spitze und scharfe Formen. Diese, sich im Verlauf der Evolution als bedeutsam darstellenden Reizmuster, lesen sich schlicht, fast einfältig – erinnern sie doch zunächst an die einlullende Gestaltung von aromatisierten Edel-Malls und an den schnell zu durchschauenden Thrill von Geisterbahnen. Doch genau an diesen beiden Beispielen kann aufgezeigt werden, wie wirkungsvoll diese Reizmuster eingesetzt werden können. Das Beispiel der Geisterbahn verdeutlicht aber auch, dass Objekteigenschaften wie Dunkelheit, Höhe oder grelles Licht, die im visceral level mit negativen Affekten vorbelegt sind, durch Erfahrung und Reflexion ignoriert werden und im Falle eines Besuchs der Geisterbahn zu freudiger Erregung führen können. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass alle biologisch determinierten Reizmuster durch kognitive Prozesse überwunden werden können. So ist auch davon auszugehen, dass der oben aufgeführte Rezensent seinen Gang durch das New Museum of Contemporary Art trotz seines als be-

drückend empfundenen Raumeindrucks fortsetzen konnte – auch führte dieser Eindruck nicht zu einer kompletten Ablehnung der Architektur. Denn im selben Artikel bescheinigt der Rezensent dem Gebäude des Architektenduos »Sanaa« eine Radikalität und die Schaffung eines Statements. (Häntzschel: ebda.)

Auch ist davon auszugehen, dass die gezeigten Kunstwerke den Besucher davon abhielten, das Museum prompt zu verlassen. Diese Situation zeigt vortrefflich die Notwendigkeit auf, gestaltete Objekte mehrdimensional zu betrachten: Denn während auf der Betrachtungsebene der sinnlich-affektiven Dimension die Objekteigenschaften des Museums Bedrückung erzeugen, werden die identischen Objekteigenschaften auf der Betrachtungsebene der semantischen Dimension so gedeutet, dass das Museum als radikales Statement mit Wahrzeichenfunktion zu betrachten ist. Doch selbst wenn das Museum aus einer kognitiven Entscheidung heraus als »spektakulär« bezeichnet wird, drängt sich die Frage auf, wie gerne man in ein solches Museum mit »Druckkammer-Effekt« zurückkehrt.

Bei der Betrachtung der sinnlich-affektiven Dimension wird die Ausstellungsgestaltung auf ihre Initialwirkung untersucht: Erzeugen die Ausstellungsräumlichkeiten einen klaustrophischen Zustand oder findet der Besucher angenehm dimensionierte Räumlichkeiten mit wohldosiertem Lichteinsatz vor? Herrscht in den Räumlichkeiten ein angenehmes Raumklima oder duftet es nach ausdünstendem Teppichkleber? Besteht die affektive Ansprache des Besuchers darin, via Inszenierung Spannung und Aufmerksamkeit zu erzeugen?



Abb.4: Eingang zu der 2009 eröffnenden Ausstellung »Base Camp Gottardo«

Die Abbildung 4 zeigt den Eingang zu der 2009 eröffnenden Ausstellung »Base Camp Gottardo«, die im ehemaligen Artilleriewerk »Sasso da Pigna« auf dem Gotthard liegt. Das schwere, unmittelbar im Fels gelegene Eingangstor verspricht durch den dahinter im dunklen liegenden Bergtunnel einen spannenden, unheimlichen Einstieg in die mächtige Bergwelt.



Abb.5: Rosenraum des Deutschen Gartenmuseums in Erfurt

Der Rosenraum des Deutschen Gartenbaumuseums in Erfurt erzeugt durch den hellen, für den menschlichen Maßstab dimensionierten Raum, und das duftende Meer roter Rosen eine starke affektive Ansprache des Besuchers.



Abb.6: Tate Modern Gallery of International modern and contemporary art, London

Die Abbildung 6 zeigt die »Tate Modern Gallery of International modern and contemporary art« in London, die in einem ehemaligen Kraftwerk untergebracht ist. Die Dimensionen der Räumlichkeiten der Turbinenhalle, die für den arbeitenden und nicht für den flanierenden Menschen geplant wurden, sind gewaltig und für Agoraphobiker bedenklich. Bemerkenswert ist, wie sich die Stimmung im Gebäude änderte als Olafur Eliasson dort seine Installation »The

Weather Project« zeigte, die die Turbinenhalle zeitweilig in goldenes Abendlicht tauchte. Die Atmosphäre des Silos verwandelte sich und die Besucher legten sich auf den Fußboden der mächtigen Halle und schlenderten umher, als befänden sie sich auf einer italienischen Piazza.



Abb.7: Rundsofa, Wanderausstellung »Liebe. Komm«, Museum für Kommunikation, Frankfurt

Das runde Sofa, welches für die die Wanderausstellung »Liebe. Komm« des Museums für Kommunikation in Frankfurt gestaltet wurde, lädt den Besucher durch seine runde, weiche Form dazu ein, seine vertikale Körperposition im Raum zu Gunsten einer horizontalen zu verändern.



Abb.8: Ausstellung »Waffen werfen Schatten«, Schweizer Landesmuseum

Für die Inszenierung der Ausstellung »Waffen werfen Schatten«, die im Schweizerischen Landesmuseum stattfand, wurde ein Großteil der Waffen der Sammlung des Museums in eine kugelförmige Anordnung des Raumes gebracht. Zwischen den solchermaßen im Raum hängenden Waffen, konnte der Besucher

sich einen Weg in das Zentrum der Kugel bahnen, in dem alle Waffen direkt auf ihn gerichtet waren. Durch die Anordnung der Waffen konnten ihre Materialität und ihre zugespitzten Metallelemente unmittelbar von dem Besucher erfahren werden. Unterstützt wurde dieses Erlebnis durch die Lichtinszenierung, die den Schattenwurf der Waffen herausstellte und so eine eindringliche, dynamische Raumwirkung erzeugte

2.2.2 // DIE GEBRAUCHSDIMENSION

»Behavioral Design is all about use. Appearance doesn't really matter. Rationale doesn't matter. Performance does.« (Norman 2004: 69)

Die Gebrauchsdimension kann als die Dimension des Designs begriffen werden, in der die Benutzbarkeit von Objekten – ihr Gebrauch – zählt. Voraussetzung für die Benutzung eines Gegenstandes, beispielsweise eines Kippschalters durch dessen Umlegen ein Diorama beleuchtet werden kann, ist zunächst die Gewährleistung des bloßen technischen Funktionierens und die Berücksichtigung einer Bedienmöglichkeit. Erfüllt der Schalter seinen Zweck und ermöglicht die Beleuchtung des Dioramas kann man ihm die Eigenschaft des technisch-funktionalen zuschreiben. Diese Eigenschaft gibt jedoch keinerlei Auskunft darüber, welche Anstrengungen der Benutzer bei der Bedienung des Schalters auf sich nehmen muss – ist es erforderlich, dass er seine Körperposition ändern und sich bücken oder strecken muss? Wie hoch ist der benötigte Kraftaufwand zum Umlegen des Schalters? Erfolgt dieser Vorgang stufenlos? Bestätigt ein definiertes Einrasten den erfolgreichen Schaltvorgang? Korrelieren die Dimensionierung des Schalters und die der betätigten Hand? Ist das Material griffig?

Die Gebrauchsdimension des gestalteten Objekts »has to do with the pleasure and effectiveness of use« (Norman 2004: 5); es geht also in der Betrachtung dieser Dimension nicht um ein »irgendwie geartetes Funktionieren« – sondern es geht um die Schaffung einer Gebrauchsqualität. Deren Aufgabe liegt darin, den Werkzeugcharakter, also das rein technisch Funktionierende eines Objekts oder den bloßen Informationsgehalt von Daten für die Beschaffenheit des Menschen zu erschließen. Dies geschieht mit dem Ziel, dass die Gestaltung den Nutzer in seiner Handlungsabsicht unterstützt und so »effektives Handeln« (Bonsiepe 1996: 26) sowie positive Gefühle wie Zufriedenheit und Freude bei der Benutzung erzeugt werden.

Wie ausgeführt, erklärt Norman, dass die Informationsverarbeitung auf dem *behavioral level*, unterbewusst erfolge. Er führt dies am Beispiel eines Autofahrers aus, der sein Fahrzeug besteigt, den Zündschlüssel bedient und automatisch mit dem rechten Fuß das Gaspedal und mit dem linken Fuß die Kupplung tritt und dabei einen Beitrag im Radio verfolgen kann.

Es erscheint zunächst nicht nachvollziehbar zu sein, warum Norman einen derart komplexen Vorgang wie das Autofahren als automatisierten Vorgang beschreibt. Hier scheinen zu viele Informationen des *reflective level* nötig und untrennbar mit dem Gebrauch verwoben zu sein. Doch gerade an diesem simplen Beispiel kann man sehr eindrücklich die unterschiedlichen, sich abgrenzenden, ergänzenden und verzahnten Wirkweisen des *behavioral* und des *reflective Levels* verdeutlichen: Natürlich erfolgt der Vorgang des Autofahrens nicht per se automatisch. Voraussetzung für das automatisierte Autofahren ist, dass der Fahrer gelernt hat, wo sich das Gaspedal und die Kupplung befinden und wie er beides koordiniert – kurz: Wie er ein Automobil zu bedienen hat. Dieser Vorgang findet im *reflective level* statt und die Zuständigkeit des *behavioral level* greift erst, wenn die Tätigkeit des Autofahrens verinnerlicht wurde. Man kann auch formulieren, dass ein Artefakt, welches den Benutzer in seiner Handlungsabsicht unterstützen soll, nur dann funktionieren kann, wenn es zum einen dem Wissenstand des Nutzers und den geltenden kulturellen Konventionen – Gas rechts, Bremse links – entspricht²⁰ und zum anderen so gestaltet ist, dass die physische, psychische und emotionale Beschaffenheit der angesprochenen Zielgruppe berücksichtigt wird²¹.

Wie also kann die Gebrauchsdimension bei der Gestaltung einer Ausstellung zum Tragen kommen und was könnte es bedeuten, Besucher in ihrer Handlungsabsicht während des Ausstellungsbesuches zu unterstützen? Zunächst muss wiederholt werden, dass bei der Betrachtung der Gebrauchsdimension weder die sinnlich-affektive Wirkung der Ausstellungsgestaltung betrachtet wird noch die vielfältigen Bedeutungen und Bezüge der kuratierten Objekte zur Ausstellungsgestaltung.

20 /// Eco (2002: 308) formuliert in diesem Zusammenhang treffend: »Alle Genialität eines Architekten oder Designers macht eine neue Form noch nicht funktional [und gibt einer neuen Funktion noch keine Form], wenn sie sich nicht auf vorhandene Codifizierungsprozesse stützt.«

21 /// So gibt Burandt (1978: 9) zu bedenken: »Mit Körpermaßen von Rekruten sollte man nicht die Ausstattung für Altersheime dimensionieren...«

Vielmehr wird eine Unterstützung der Handlungsabsicht der Besucher zunächst dadurch gegeben, dass sie keine Beschränkungen beim Besuch der Ausstellungen erleben, was anhand der folgenden Beispielen verschlagwortet werden kann:

Die Ausstellung ist angenehm und ohne räumliche Engpässe begehbar, der Menschendurchsatz korreliert mit der räumlichen Dimensionierung²², wodurch »Nadelöre« vermieden werden; die eingesetzten Lichtquellen ermöglichen ein blendungs- und reflexionsfreies Betrachten der ausgestellten Objekte in der beabsichtigten Farbwiedergabe²³ und die Texte sind den Objekten zuzuordnen und der Lesesituation in einer Ausstellung angepasst; die Website der Ausstellung hat eine eindeutige Navigationsstruktur und enthält ebenso wie alle anderen externen Kommunikationsmittel alle wichtigen Informationen über die Ausstellung.

Doch die Gebrauchsdimension der Ausstellungsgestaltung umfasst nicht nur die Vermeidung von Beschränkungen, sondern vielmehr geht es um die Klärung der Frage: »Was ist zu tun und was ist zu unterlassen in der Ausstellung?«. In welchem »Modus« soll sich der Besucher die Ausstellung erschließen, ist er wie Korff (2003: 70) formulierte: »[...] Flaneur, Akteur, produktiver Rezipient«? Ist die Rolle des Besuchers also so definiert, dass er die ausgestellten Inhalte ausschließlich betrachten soll oder ist es Teil des Ausstellungskonzepts, dass er diese auch berühren darf – ja berühren soll. Falk (1992: 65) weist diesen unterschiedlichen Modi der Besucher zwei grundsätzliche Typen von Ausstellungen zu, die der »hands-off« und »hands-on« Ausstellung. Die entscheidende Frage ist hierbei, wie der jeweils geforderte Modus des Besuchers durch die Gestaltung der Ausstellung sichtbar gemacht wird und so dem Besucher Handlungssicherheit vermittelt.

.....
²² /// In der Regel wird die Dimensionierung der Räumlichkeiten einer Ausstellung durch die Ermittlung eines Durchschnittswerts von täglich zu erwartenden Besuchern gegeben, auf dessen Basis die Auswahl bestehender Räumlichkeiten oder der Bau eines neuen Gebäudes gründet. Hierbei handelt es sich um Zielvorgaben, die durch Machbarkeitsstudien erarbeitet werden. Siehe hierzu Klein (2005: 317)

²³ /// Natürlich kann es Teil des gestalterischen oder künstlerischen Ansatzes sein, dass gerade diese Bedingungen der behavioral dimension nicht erfüllt werden und beispielsweise angestrebt wird den Besucher zu irritieren und vielfältige Interpretationen zu evozieren. Diese bewusste Ignorierung der behavioral dimension würde dann zu Gunsten einer stärken Gewichtung der reflective dimension geschehen. So stellt sich Menden (2008: 17) die Frage, warum Francis Bacon seine Werke so gern unter Glas sah und vermutet als Antwort, dass der Betrachter sich selbst in den dargestellten »Zahn- und Muskelknoten« sehen solle.

So werden bei typischen »hands-off« Ausstellungen – also jenem Typus, dessen Inhalte sich durch reines Betrachten zu erschließen haben – Objekte entweder unter Vitrinen oder hinter Glas gezeigt oder durch die Präsentation hinter Wällen und auf Podesten der Greifweite von Besuchern entzogen. Hingegen werden bei Ausstellungen, die einen »Hands-on« Modus für ihre Besucher vorsehen die ausgestellten Objekte so positioniert, dass der Besucher gut auf sie zugreifen kann. Die Funktionsfähigkeit von dynamischen und interaktiven Exponaten wird ebenso herausgestellt wie die Bedienelemente.

Die Sichtbarmachung von Gebrauch wird besonders dringlich in Ausstellungssituation, in denen sowohl ein »Hands-on« als auch ein »Hands-off« Modus der Besucher vorgesehen ist. Diese sowohl-als-auch Situation erzeugt häufig Unsicherheit beim Besucher, was er jetzt berühren darf/ kann/ soll und ob das explorative Verhalten, welches er bei der Erkundung des interaktiven Modells zeigen sollte, nun auch für die Untersuchung der Beuys'schen Fettecke gilt. Gewissermaßen befindet sich der Besucher so in einem permanenten Schwebezustand der Ungewissheit. Dieser gewinnt an Brisanz, wenn ein falsch eingenommener Modus des Besuchers dazu führt, dass er vor allen anderen Ausstellungsbesuchern vom Ausstellungspersonal gemäßregelt wird – und das bei einer Veranstaltung, die er in seiner Freizeit freiwillig und gegen Entgelt besucht.

Norman (1989) weist in diesem Zusammenhang auf die Bedeutung von gedanklichen Modellen hin, die in Form von »konzeptuellen Modellen« von Menschen benutzt werden, um Erklärungen für Situationen, Ereignisse oder Gegenstände zu suchen. Die Organisation von konzeptuellen Modellen im Kontext von Ausstellungen funktioniert dabei so, dass einerseits das Entwicklungsteam einer Ausstellung ein konzeptionelles Modell für die jeweils zu entwickelnde Ausstellung erstellt. Hier wird entschieden, welche Objekte ausgestellt werden und es werden Inszenierungsstrategien gewählt und umgesetzt, die definieren, in welchem Modus sich der Besucher die Ausstellung erschließen soll. Diese theoretischen Erwägungen müssen mit der Umsetzung der Ausstellung auf den Punkt gebracht werden. Denn da der Besucher nicht Mitglied im Entwicklungsteam der Ausstellung ist, kann sein konzeptuelles Modell zur Ausstellung sich nur an der gezeigten Ausstellung und an den gegebenen Zusatzinformationen wie dem Katalog orientieren.

Wenn das konzeptionelle Modell des Entwicklungsteams und seine Umsetzung in der Ausstellung nicht klar und kohärent sind, dann bildet der Besucher ein gänzlich anderes konzeptionelles Modell zur Ausstellung als das Entwick-

lungsteam – mit der Konsequenz, dass Unschlüssigkeiten zu den kommunizierenden Inhalten der Ausstellung oder zu dem einzunehmenden Modus des Besuchers entstehen.

Neben der Frage: »Was ist zu tun in der Ausstellung?« dürfte der Frage: »Wo befinde ich mich innerhalb der Ausstellung?« eine ähnliche Dringlichkeit zugewiesen werden.

Die Untersuchung der Gebrauchsdimension stellt daher auch die Betrachtungsebene dar, in der die Objekteigenschaften der gestalteten Ausstellung daraufhin untersucht werden, ob sie den Besucher dabei unterstützen, sich innerhalb der Ausstellung zu orientieren. Hierbei forciert die »Logik des Baus« (Baumstark 2003: 24) und die in ihm festgelegten Raumfolgen maßgeblich die Orientierung des Besuchers. Doch diese Raumfolgen alleine versetzen den Besucher noch nicht in die Lage zu erkennen, wo die nächste Toilette vorfindbar ist, welcher Weg direkt in das Foyer führt und wo er eine gesuchte Ausstellungseinheit findet. Für derlei Wissen bedarf es zusätzlicher Gestaltungsmittel, wie Leitsysteme oder Raumpläne, die dem Besucher bei seinem Eintritt als Ausstellungsinformationen ausgehändigt werden und deren gestalterische Ausprägungen ihm dabei helfen können, die Übersicht zu behalten.

Die Gebrauchsdimension soll somit als die Dimension der Ausstellungsgestaltung verstanden werden, in der die Objekteigenschaften darauf untersucht werden, ob sie den Besucher in seiner Handlungsabsicht, die Ausstellung zu besuchen unterstützen.

2.2.3 // DIE SEMANTISCHE DIMENSION

»It is all about message, about culture, and about the meaning of a product or its use« (Norman 2004: 83).

Die semantische Dimension kann als die Dimension des Designs verstanden werden, in der die vielfältigen Bedeutungsbezüge, Assoziationsketten und Bewertungsprozesse zu einem gestalteten Objekt zum Tragen kommen, wie beispielsweise: »Dieses gestaltete Objekt erinnert mich an.../ Es ist begehrenswert, zeitlos, veraltet, weil...«. In dem hier thematisierten Kontext von Ausstellungsgestaltung ist dies auch die Dimension, in der die vielfältigen Bedeutungen und Assoziationen der Gestaltungsmittel einer Ausstellung, der kuratierten Objekte und der Ausstellungsthematik untersucht werden können.

Dies ist auch die Dimension, in der der »soziale Gebrauchswert« eines Gegenstandes via symbolischer Konnotation mitgeteilt wird (Eco 2002: 311); und die es einem Menschen ermöglicht, beim Betreten eines Gebäudes und der Betrachtung seiner Form und der verwendeten Materialien auf die gewünschten Verhaltensweisen innerhalb des Gebäudes zu schließen.

Grundsätzlich sollte bei der Thematisierung von Konnotationen jedoch zunächst unterschieden werden zwischen subjektiven Konnotationen, mit denen ein Mensch individuelle Gefühle und Deutungen zu einem gestalteten Objekt erlebt, wie beispielsweise die Erinnerung eines Traumes oder eines Erlebnisses aus der Kindheit²⁴ und Konnotationen, die von mehreren Menschen einer Kultur geteilt werden und die man als intersubjektive Konnotationen bezeichnen kann. So kann die vorangestellte Deutung von gewünschten Verhaltensweisen innerhalb eines Gebäudes eben nur funktionieren, weil der Gestalter jene kulturellen Kodifizierungsprozesse bei seinem Entwurf berücksichtigt, deren der Betrachter kundig ist.

Norman (2004: 87) kommentiert seine selbstgestellten Fragen nach der Wirkweise der semantischen Dimension des Designs mit den Worten: »There is nothing practical, nothing biological, about the answers. The answers are conventions, learned in whatever society you inhabit.«

Für den Ethnografen Clifford Geertz (1987: 9) ist der Mensch ein Wesen »...das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe verstrickt ist« und Kultur als dieses Gewebe zu betrachten ist. Dieses »Gewebe« hat jedoch keine feste unveränderliche Struktur, sondern gleicht eher einem dynamischen Geflecht das dem Umstand geschuldet ist, dass kulturelle Normen in einem permanenten Entwicklungsprozess befindlich sind. Betrachtet man Kultur als »die Gesamtheit der Gewohnheiten eines Stammes oder Volkes« (Hansen 2000: 13) so gibt es neben dieser allgemeinen Sicht noch die Betrachtung von Untergruppen und Schichten dieses Stammes oder Volkes, die ebenfalls auf ihre besonderen Gewohnheiten untersucht werden können. Die vielschichtigen Gruppierungen einer Gesellschaft erklären auch, dass es einerseits allgemeingültige kulturelle

²⁴ /// Natürlich ist davon auszugehen, dass Menschen gestaltete Objekte immer mit persönlicher Bedeutung aufladen – Krippendorff (2006) entwickelt darauf seinen Gestaltungsansatz »Semantic turn«, der auf einer starken Einbeziehung der potentiellen Nutzer in Designprozesse basiert, um zu gewährleisten, dass die gestalteten Objekte/ Prozesse den Bedeutungshorizont der Nutzer treffen. Liebl (1998: 44) weist darauf hin, dass die persönliche Bedeutung, die Nutzer gestalteten Objekten gäben, so stark von der intendierten Nutzung abweichen können, dass dieser »Missbrauch« wiederum im Gestaltungsprozess Berücksichtigung finden müsse.

Konventionen wie die Bedeutung von Farben gibt, aber andererseits die Bedeutungs-, Bewertungs- und Assoziationsketten zu einem gestalteten Gegenstand zwischen den vielfältigen Gruppierungen stark voneinander abweichen können.

Diese unterschiedlichen Gruppierungen demonstrieren so auch die Notwendigkeit, dass sich gestaltete Objekte, wenn sie von mehr als einer Person verstanden werden sollen, immer auf den kulturellen Kontext der von ihnen angesprochenen Zielgruppe beziehen und Gestalter nach intersubjektiven Bedeutungen suchen müssen. Klein (2007: 175) beschreibt diese Bemühung mit den folgenden Worten: »Man kann eine bestimmte Sicht des Ausgestellten zwar nicht vorschreiben, sehr wohl aber kann man eine solche Sicht nahe legen bzw. anbieten. [...] Dabei erweist sich die Inszenierung als das wichtigste Mittel, um ein Exponat in eine Ausstellung einzubetten, zu kontextualisieren und Licht in den diesigen Bedeutungsraum Ausstellung zu bringen.«

Im Folgenden soll an einigen ausgewählten Beispielen aufgezeigt werden, mit welchen gestalterischen Mitteln versucht wird, Bezüge zu den Ausstellungsobjekten bzw. zu der Ausstellungsthematik herzustellen.



Abb.9: »Varusschlacht im Osnabrücker Land«, Museum und Park Kalkriese, Bramsche Kalkriese

Das Museum und der dazugehörige Landschaftspark Kalkriese, liegen auf dem Schlachtfeld, auf dem 9. n.Chr. die legendäre »Varusschlacht« stattfand. Die Römer unter der Leitung von Publius Quinctilius Varus überfielen die Germanen, die ihrem Angriff trotzten, indem sie ihren Heimvorteil nutzten und das

römische Heer in einen geografischen Flaschenhals lockten und schließlich besiegten. In dem Museum erfährt der Besucher alles Wissenswerte über die Schlacht und betritt mit diesen Informationen den Landschaftspark. Abbildung 9 zeigt die Marschroute der Römer, die durch die versetzt angeordneten und im Erdreich eingelassene Stahlplatten markiert wird. Der so angelegte Pfad erzeugt Assoziationen, die an die Dynamik, den Tumult und gleichzeitige Zielgerichtetheit eines Heeres erinnern. Gleichsam muten die Stahlplatten wie hingeworfene Schilder an, deren korrodierte Oberflächen auf die Vergänglichkeit allen menschlichen Handelns zu verweisen scheinen. Da die Stahlplatten nicht passgenau in den Boden eingelassen sind, ist gelegentliches Stolpern beim Begehen der »Marschroute« nicht ausgeschlossen und lässt den Besucher so gewahr werden, wie unwegsam das Gelände des Schlachtfeldes beschaffen war.



Abb.10: Ausstellung »Kosmos im Kopf: Gehirn und Denken« im Deutschen Hygiene Museum in Dresden

Die Ausstellung »Kosmos im Kopf« im Deutschen Hygiene Museum Dresden thematisierte den Paradigmenwechsel in der Hirnforschung, welcher beinhaltet, dass die Prozesse des Gehirns nicht hierarchisch ablaufen, sondern parallel und es neben dem rationalen Wissen noch diverse weitere Formen von Wissen gibt, auf die der Mensch zurückgreifen kann, wie intuitives oder unbewusstes Wissen. Die Konzeption der Ausstellung bestand darin, siebzehn Räume zu bilden, die der Thematisierung von siebzehn Aspekten des Ausstellungsthemas dienten. Für die Anordnung der Räume bediente man sich einer Analogie zum menschlichen Gehirn: Betrat ein Besucher die Ausstellung, so landete er in

einem dunklen langen Korridor, von dem an beiden Seiten Türen abgingen. Die Raumaufteilung entsprach somit einem Grundriss von rechter und linker Hirnhemisphäre, die durch den Balken, den Korridor, getrennt wurden und stellte somit die abstrahierte Übersetzung des Ausstellungsthemas »Gehirn« in ein begehbare Raumkonzept dar.



Abb.11: Ausstellung »Coolhunters – Jugendkulturen zwischen Medien und Markt«, Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe.

Die Ausstellung »Coolhunters« thematisierte die vielfältigen Aspekte von Jugendkultur im Spannungsfeld von Kommerz und Medien und präsentierte in sechs Modulen Körper/ Objekt, Sprache, Gewalt, Raum, Zeit, Geschlecht/ Gender, Fotografien, Videoarbeiten und Installationen.

Die Gestaltung nimmt hier Bezug zu der Lebenswelt von Jugendlichen, indem die Ausstellungsbauten einem Skaterplatz nachempfunden worden sind.



Abb.12: Archäologisches Museum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe, Herne

Die Dauerausstellung des archäologischen Museums des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe ist in einer unterirdisch gelegenen Ausstellungshalle zu besichtigen und somit verweist die Positionierung der Räumlichkeit unter dem Erdbreich direkt auf das Ausstellungsthema und die gezeigten Exponate. Die Kontextualisierung der kuratierten Objekte erfolgt über ihre Einbettung in verschiedene Grabungsfelder, die einer archäologischen Ausgrabungsstätte nachempfunden sind und zeigen, wie die jeweiligen Exponate entdeckt und kategorisiert wurden. Die einzelnen Grabungsfelder sind mit einem Steg verbunden, der die Besucher durch den chronologischen Rundgang führt.

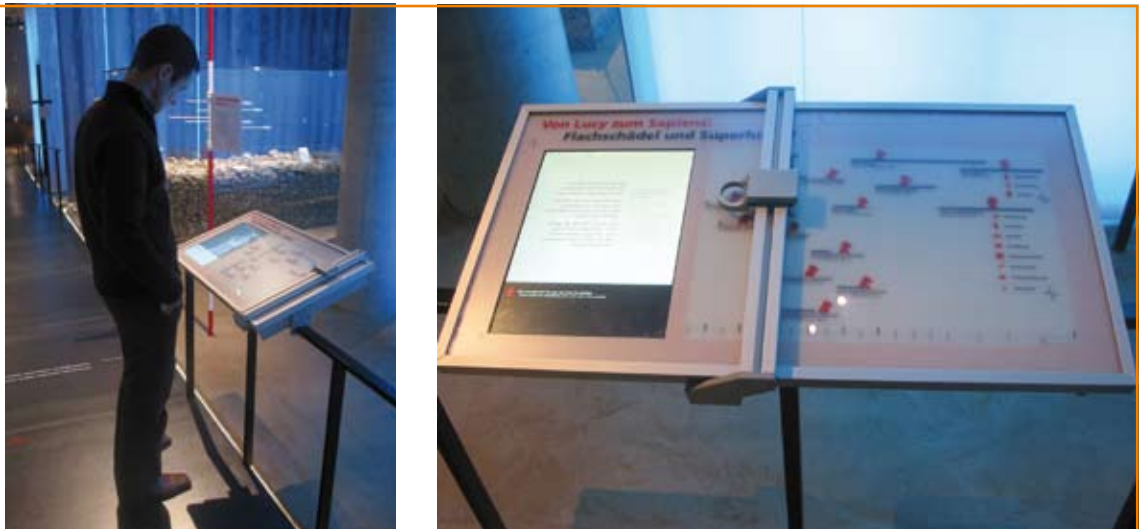


Abb.13: Archäologisches Museum des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe, Herne

Die konzeptionelle Idee, die ganze Ausstellung einer Grabungslandschaft nachzuempfinden und somit den Besucher am Prozess der Entdeckung der kuratierten Objekte teilhaben zu lassen, zeigt sich in vielen Details: So werden Beschriftungstafeln an rot-weiß gestreiften Maßstäben, wie sie für die Vermessung von Landschaften benutzt werden, befestigt und die graphischen Elemente der Ausstellung orientieren sich ebenfalls an der Vermessungstechnik, indem das Motiv des Fadenkreuzes von Nivelliergeräten sowie Vermessungsskalen aufgegriffen werden.

Wie man an den aufgeführten Beispielen erkennen kann, ist der Versuch Bedeutungsstrukturen nahezulegen, als ein äußerst sensibles und fragiles Unterfangen zu bezeichnen. Ähnlich schätzt Vihma (1997: 38) die Situation ein, wenn sie darauf hinweist, dass gestaltete Objekte, die durch eine bewusste Referenzbildung entworfen wurden, niemals unterschiedlichen Interpretationen

entgehen könnten. Letztendlich kann eine eindeutige Interpretation nur durch strikte Konventionen, wie sie beispielsweise durch die Straßenverkehrsordnung für die Deutung von Verkehrszeichen gegeben ist, gewährleistet werden. Denn so formuliert Daniel Libeskind (1981: 29) poetisch: »Bedeutung erschöpft ihre Quellen niemals, denn es bleibt immer ein Rest übrig, der auf eine Entsprechung oder Analogie hinweist, die die Dichte der Dinge und die Vieldeutigkeit des Sinns vermittelt.«

Die semantische Dimension ist aber auch die Dimension des Designs, auf der die sinnlich-wahrnehmbaren Eigenschaften von Gestaltungsmitteln, also ihre Formalästhetik, in dem kulturellen Kontext für den sie entworfen wurden, betrachtet werden. Während in der sinnlich-affektiven Dimension gestaltete Objekte daraufhin untersucht werden, welche unmittelbaren Affekte sie beim Betrachter auslösen, geht es auf der semantischen Dimension darum, die gestalteten Objekte vielfältigen Bewertungsprozessen zu unterziehen. Während bei der Verarbeitung auf dem *visceral level* der Wahrnehmung Schnellentscheidungen in Kategorien von attraktiv – nicht attraktiv gefällt werden, ermöglicht das *reflective level* eine differenzierte und reflektierte Urteilsfähigkeit. Hier kann beispielsweise der morbide Charme von Objekten erkannt werden oder der Thrill und die Entdeckerlust siegen, z.B. eine verwaiste Industrieanlage, in der eine Ausstellung stattfindet zu erkunden und sich dafür zu begeistern. Hier werden Bewertungen über das gestaltete Objekt gefällt, indem es als »roh oder edel«, »spannend oder langweilig«, »aktuell oder veraltet« bewertet wird. Auf der semantischen Dimension kann somit untersucht werden, wie sich das gestaltete Objekt in den kulturellen Kontext einfügt, der als Bezugssystem für solche Bewertungen dient. Hierbei kann davon ausgegangen werden, dass dieses Bezugssystem sich aus Myriaden von Quellen speist und aus dem Einfluss von Medien, den bildenden Künsten, Wissenschaft, Musik, Mode und Literatur, der jeweilige Zeitgeist einer Kultur geprägt wird und so kommentiert die renommierte Trendforscherin Li Edelkoort (2001: 55) ihre Arbeit wie folgt: »Aus dem Zeitgeist, den wir alle mit unseren Gedanken und Erfahrungen beeinflussen, gewinne ich meine Ideen. Ich analysiere die Akkumulationen dieser Gedanken und werfe einfach meine Netze aus. Die Ideen stammen also nicht von mir. Ich bin einfach nur eine gute Fischerin.«

Die Einordnung des gestalten Objektes in seinen kulturellen Kontext und den dort existierenden Zeitgeist, ermöglicht es auch Aussagen zu treffen über die Aktualität und die Beständigkeit von Gestaltungsmitteln. Hierbei sollte davon

ausgegangen werden, dass je stärker die Gestaltung auf den Einsatz von hochaktuellen Trends setzt, sie umso schneller veraltet. Diese einfache Faustformel ist für die Gestaltung von Dauerausstellungen und temporären Ausstellungen von äußerster Relevanz. Während eine spektakuläre Inszenierung unter dem Einsatz von neu entwickelten oder neu entdeckten Materialien, aktuellen Farbtrends, einer expressiven Formensprache und hochaktuellen, pointierten Medieneinsatz, für eine temporäre Ausstellung impulsgebend sein kann und das Potential besitzt, eine hohe Publikumsaufmerksamkeit zu erzeugen, kann die identische Inszenierung für eine Dauerausstellung ungeeignet sein. Denn während erstere nach ein paar Monaten wieder abgebaut wird, muss die Dauerausstellung mehrere Jahre aktuell bleiben und läuft dabei Gefahr, nur auf Grund einer kurzlebigen Gestaltung als gestrig zu wirken; der einst visionäre Material- und Farbeinsatz hat in jeder Shopping-Mall Einzug gehalten und die Konzeption und Gestaltung der eingesetzten Medien wirkt hoffnungslos veraltet.

Die semantische Dimension kann als die Dimension der Ausstellungsgestaltung begriffen werden, in der die vielfältigen Bedeutungen, Bewertungen und Assoziationen zwischen kuratierten Objekten und den Gestaltungsmitteln einer Ausstellung untersucht werden sollen.

3 // ENTWICKLUNG EINES BESCHREIBUNGSSYSTEMS ZUR MEHR-DIMENSIONALEN AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Bezogen sich die Überlegungen zur mehrdimensionalen Betrachtung von Ausstellungsgestaltung bisher auf die Gestaltung einer Ausstellung im Allgemeinen, so sollen in diesem Kapitel zunächst die Kurzprofile der gängigsten in Ausstellungen eingesetzten Gestaltungsmittel im Speziellen erarbeitet werden. Dieser Ausführung schließt sich eine ausführliche Darlegung der Bedeutung des Kontexts von Ausstellungen als »Weichensteller« für Entscheidungsprozesse von Ausstellungsgestaltung sowie als Grundlage, auf deren Kenntnisnahme eine Ausstellung überhaupt Sinn stiftend analysiert werden kann, an. Schließlich soll an der Ausarbeitung dreier Szenarien der Einfluss des Kontexts auf die Gewichtung und Ausprägung der Dimensionen der Gestaltungsmittel von Ausstellungen, aufgezeigt werden.

3.1 // KURZPROFILE DER GESTALTUNGSMITTEL VON AUSSTELLUNGEN

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit der Vorstellung der einzelnen Gestaltungsmittel, die in Ausstellungen eingesetzt werden. Dies geschieht mit dem Ziel zu klären, was beispielsweise unter einem »dynamischen/ interaktiven Exponat« zu verstehen ist und welche Funktion dieses und andere Gestaltungsmittel in Ausstellungen übernehmen.

Dieses Vorhaben wird als notwendig erachtet, entbehrt aber nicht einer gewissen Komplexität, da in Ausstellungen vielfältige Gestaltungsmittel eingesetzt werden. Daher soll sich die Betrachtung zum einen auf die gängigsten Gestaltungsmittel beschränken, die in Ausstellungen eingesetzt werden. Zum anderen muss festgestellt werden, dass diese Darstellung ob ihrer Komplexität eine Struktur benötigt, die die Gestaltungsmittel in Sinn stiftende Gruppen unterteilt. Als vier geeignete Gruppen von Gestaltungsmitteln in Ausstellungen, sollen die folgenden genannt werden:

1 // Die Architektur – Die Gestaltung eines Gebäudes, in dem eine Ausstellung stattfindet und das unterteilt werden kann, in eine »Hülle«, also einem Äußeren und in den Innenraum. Relevante Gestaltungsmittel: Hülle, Innenraum

2 // Die Inszenierungsmittel – Hierunter sollen die Gestaltungsmittel gefasst werden, die für die Übersetzung eines Ausstellungskonzepts in eine erfahrbare Form gebracht werden und die die kuratierten Objekte in Szene setzen. Relevante Gestaltungsmittel: Ausstellungsbauten, Licht, Bilder und Graphiken, Farbe, Animationen, Geräusche/ Klänge/ Musik und Gerüche.

3 // Die internen kommunikativen Gestaltungsmittel – Hierunter sollen die Gestaltungsmittel subsumiert werden, deren Aufgabe primär darin besteht, die Inszenierung einer Ausstellung mit informativer Absicht zu unterstützen und die im Gegensatz zu Begleitmaterialien wie Katalogen oder Audioguides, fest im Ausstellungsraum integriert sind. Relevante Gestaltungsmittel: Texte, dynamische/ interaktive Exponate, Personal, Orientierungssysteme.

4 // Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel – Hierunter sollen die gängigsten Gestaltungsmittel betrachtet werden, die für die Bekanntmachung der Ausstellung in der Öffentlichkeit konzipiert werden und die das visuelle

Erscheinungsbild der Ausstellung in der Öffentlichkeit präsentieren. Relevante Gestaltungsmittel: Signet, Plakate, Kataloge, Website.

Sicherlich lässt sich an der einen oder anderen Stelle hinterfragen, warum ein Gestaltungsmittel in eine Gruppe eingeordnet wird und nicht in eine andere: So ist es durchaus vorstellbar, dass »Bilder und Graphiken« auch der Gruppe der internen Gestaltungsmittel zugehörig erklärt werden könnten und die »dynamischen/ interaktiven Exponate« der Gruppe der Inszenierungsmittel. Doch an dieser Stelle muss festgestellt werden, dass ob der vielfältigen Ausprägungen der Gestaltungsmittel in Ausstellungen, die einen sowohl-als-auch Einsatz ermöglichen, eine überzeugendere Trennschärfe nicht erzeugt werden kann. Weiterhin mag es erstaunen, so komplexe Gestaltungsmittel wie die Architektur, die eine eigene wissenschaftliche Disziplin darstellt oder die Betrachtung von interaktiven Exponaten, an denen verschiedene wissenschaftliche Disziplinen arbeiten, mit wenigen Zeilen verdichtet darstellen zu wollen. Hierzu muss kommentiert werden, dass mit der Betrachtung der Gestaltungsmittel nicht das Ziel verfolgt wird, ihren jeweiligen fachlichen Diskurs in einer Essenz darzustellen. Vielmehr geht es darum, die Gestaltungsmittel für den hier benötigten Zweck zur Erarbeitung eines Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung fassbar zu machen.

Unter dieser Perspektive folgt nun die Ausführung der Kurzprofile der genannten gängigsten Gestaltungsmittel in Ausstellungen.

3.1.1 // ARCHITEKTUR

Hierunter wird die Gestaltung eines Gebäudes betrachtet, in dem eine Ausstellung stattfindet und das unterteilt werden kann, in eine »Hülle«, also sein Äußeres und den durch die Hülle erzeugten Innenraum.

3.1.1.1 // HÜLLE

Die Architektur verortet eine Ausstellung für eine temporäre oder permanente Dauer. Ihre Hülle²⁵ positioniert die Ausstellung im städtischen oder ländlichen Kontext – in einen sie umgebenden Außenraum, der im Folgenden Umgebung genannt werden soll. Sie kann Bezüge aufnehmen zu der Landschaft, zu vorhandenen Achsen, zum regionalen Baustil oder zu den Inhalten, die in ihr gezeigt werden oder sie kann sich dieser Bezugnahme verweigern. Die Architektur kann sich ihrem potentiellen Besucher wie eine geschlossene mystische Kaaba präsentieren oder durch offene architektonische Strukturen einen Übergang von der Umgebung in die Ausstellungen schaffen: »Rather than a ponderous museum facade with heavy-weight bronze doors that advertise that going to the museum is a difficult enterprise, fraught with challenges for the uninitiated, the museum approach and entry can be structured to say ›Come on in! There are wonderful things to see and do – this is your museum‹« (Lord/ Lord 2002: 70).

Spektakuläre Museumsbauten werden heute als die »Kathedralen« der Städte bezeichnet²⁶, deren Aufgabe häufig darin besteht, ein neues Zentrum einer Stadt zu definieren oder durch Umnutzung vorhandener Bauten wie Industrie- oder Versorgungsanlagen, eine Revitalisierung von Stadtteilen zu erreichen. »In einer Zeit, in der Kultur als ökonomischer Wiederbelebungsfaktor und Tourismusgenerator voll akzeptiert ist« (Grunenberg 2003: 32) fällt der Hülle immer häufiger die Rolle zu, durch einen hohen »Schauwert« (Knapp 2006: 75) ein Wahrzeichen für eine Region darzustellen, das die Besuchermassen anzieht²⁷. Doch durch die Reduzierung der Aufgabe der Architektur auf das rein Zeichenhafte und auf der Suche nach dem ultimativen visuellen Kick, gerät schnell in Vergessenheit, dass die Halbwertszeit von Sensationen in der westlichen Inszenierungsgesellschaft gering ist und so kommentiert Mazzoni

²⁵ /// Eine adäquate Bezeichnung für das Äußere der Architektur vorzustellen, ist ungleich schwieriger als für ihre Innenseite, den Raum: Weder »Haut«, die spezifische Eigenschaften wie Elastizität assoziiert oder »Fassade« die sich auf die Vorder- oder Stirnseite eines Gebäudes bezieht, überzeugen. In Ermangelung einer treffenderen Bezeichnung soll auf den Begriff der »Hülle« zurückgegriffen werden, denn schließlich verweist das Verb »hüllen« darauf, dass etwas da sein muss, um eingehüllt zu werden.

²⁶ /// Siehe hierzu beispielsweise Oechslin (2006: 5)

²⁷ /// Als häufig aufgeführtes Beispiel kann hierbei das von Frank O. Gehry entworfene Guggenheim Museum in Bilbao (1991–1997) genannt werden, dessen spektakuläre Architektur und die dadurch angelockten Besuchermassen der Stadt Bilbao einen beachtlichen ökonomischen Aufschwung bereitete und sich als »Bilbao-Effekt« zum geflügelten Wort etablierte (siehe hierzu: Cuno 2001: 48–51). Knapp (2006: 75) schätzt den Einfluss des Guggenheim Museums in Bilbao als so gewichtig ein, dass er eine Unterteilung der zeitgenössischen Museumsarchitektur in eine Epoche vor und nach dem Bilbao-Effekt für angemessen hält.

hellsichtig (1998: 14): »Denn im Neubaufieber hat man vergessen, dass nicht die Inhalte, sondern die neuen architektonischen Hüllen bestaunt werden. Das Publikum reist von weit her an, um die Raumgebilde internationaler Stararchitekten körperlich zu erfahren und fotografisch zu erobern. Die herkömmliche – manchmal auch von der Architektur oktroyierte – unzulängliche Präsentation der Exponate fällt niemandem auf, solange die Bauwerke neu sind. Dann aber macht sich Langeweile breit. Das Publikum bleibt aus. Längst haben die Feuilletons andere Novitäten gepriesen, und die Reiseveranstalter haben routiniert reagiert. Die Karawane der Kulturtouristen zieht weiter.«

Die Bezüge die durch die Hülle der Architektur erzeugt werden können, sind vielfältigster Art – sie können Referenzen zur geografischen Lage erzeugen, zu den traditionellen Baumaterialien, zu historischen Stilen oder zu den Inhalten der Ausstellung. Neben dem »Bedürfnis nach unverwechselbarer architektonischer Identität« (Sachs 2002: 249) erinnert Fischer (1987: 34) daran, dass die Wurzeln der Architektur in anderen, nicht minderen wichtigen menschlichen Bedürfnissen lägen, wie dem Schutz vor Witterung und die Bereitstellung von Räumen für alle Bereiche menschlicher Tätigkeit – kurz in ihrer Benutzbarkeit. In dem hier thematisierten Kontext von Ausstellungen ist die Zugänglichkeit der Hülle als ein entscheidender Aspekt seiner Benutzbarkeit zu betrachten. Dies umfasst Fragen, wie sich die Besucher der Hülle annähern, ob sie durch einen Park laufen müssen, die Hülle umgehen müssen, Parkplätze vorfinden, eine Einbindung in den Nahverkehr existiert und ob der oder die Eingänge klar ersichtlich sind.

3.1.1.2 // INNENRAUM

Wird mit der Hülle der Architektur ihr Äußeres bezeichnet, so meint der Begriff »Raum«, den durch die Hülle gebildeten Innenraum, ohne die Betrachtung von Inneneinbauten.

In diesen Innenraum begibt sich der Besucher nicht nur mit seinem Sehsinn, sondern mit seinem ganzen Leib. Diese »Distanzlosigkeit« zwischen dem Gestaltungsmittel »Innenraum« und dem Besucher unterscheidet diesen auch von allen anderen hier aufgelisteten Gestaltungsmitteln.

Jedes Gebäude erzeugt durch die in ihm befindlichen Räume einen individuellen Lageplan. Der Besucher einer Ausstellung kennt in der Regel diesen Lageplan nicht – er orientiert sich an Raumfolgen und vorhandenen Etagen

mit dem Wunsch, die Übersicht zu behalten: über schon Gesehenes oder noch nicht Entdecktes und dem Bedürfnis jeder Zeit zu wissen, wo der Ausgang oder eine Toilette zu finden ist. Natürlich gibt es die Möglichkeit, in einem Gebäude ein Orientierungssystem zu installieren, mit Raumplänen und dem Einsatz von farblicher oder/ und alphanumerischer Codierung. Aber es gibt auch die Chance, die innere Logik des Gebäudes in einen für den Besucher plausiblen Ausstellungsrundgang qua Architektur zu übersetzen – also eine Orientierung zu schaffen, die aus dem Gebäude selbst entsteht²⁸ und den Besucherstrom kanalisiert. In den »Visitors' Bill of Rights« formuliert Blake (2005) unter anderem das »Grundrecht« des Besuchers auf die Befriedigung seiner einfachsten Bedürfnisse, worunter der schnelle, einfache Zugang zur Ausstellung, zur Gastronomie und zu den Toiletten gefasst wird. Womit auch schon erwähnt wäre, dass der Raum einer Architektur nicht nur aus den Ausstellungsräumlichkeiten besteht, sondern aus einer Vielzahl von Räumen, wie dem Foyer, der Garderobe, den Toiletten, Restaurants, Cafes oder Bookshops, die im Folgenden die Infrastruktur einer Ausstellung genannt werden soll und den Aufenthalt in der Ausstellung positiv beeinflussen können.

3.1.2 // INSZENIERUNGSMITTEL

Hierunter sollen die Gestaltungsmittel gefasst werden, die für die Übersetzung eines Ausstellungskonzepts in eine erfahrbare Form eingesetzt werden und die die kuratierten Objekte in Szene setzen.

²⁸ /// Am folgenden Beispiel kann dies illustriert werden: Für die Weltausstellung in Paris 1867 verfolgte Frédéric Le Play das ehrgeizige Ziel, die vertretenen Nationen und ihre Produkte in einem neuen Klassifikationssystem zu präsentieren, welches die beiden Gliederungsaspekte Art und Herkunft zu einem System verbinden sollte. Le Play's Entwurf bestand in der Form eines riesigen Ovals, das sich aus sieben Galerien in Form von konzentrischen Kreisen zusammensetzte. Der Boden der Halle wurde durch radiale Gänge in Segmente in Form von Tortenstücken aufgeteilt. Jede ausstellende Nation bezog einen Ausschnitt und nahm somit an allen Ringen teil. Dies hatte den Effekt, dass der Besucher beim Durchschreiten des Segmentes von außen nach innen, die gesamten Produkte der einzelnen Nation begutachten konnte. Bewegte der Besucher sich jedoch innerhalb eines Kreises, so konnte er die Produktgruppen, die diesem Kreis zugeordnet waren, Nationen übergreifend betrachten. Le Play's Ansatz entsprang einem rationalen Vorgehen: »Die Architektur ordnete sich dem Klassifikationssystem der Ausstellung unter, mehr noch: sie war dessen materieller Ausdruck.« (Kretschmar 1999: 79)

3.1.2.1 // AUSSTELLUNGSBAUTEN/ -ARCHITEKTUR

Mit dem Begriff Ausstellungsbauten sollen alle für eine Ausstellung eingesetzten Elemente wie Trennwände, Sockel, Vitrinen, Podeste oder vielfältige Kulissen bezeichnet werden. Diese übernehmen zum einen die Aufgabe, den Innenraum, wie er durch die Architektur des Gebäudes vorgegeben ist, im Dienste der gewünschten Intention der Ausstellung zu gestalten und so einen Kontext für die ausgestellten Exponate zu schaffen. Hierbei kann es sich um einen puristischen Einsatz von Stellwänden und Podesten handeln aber auch um höchst aufwändige Kulissen, die illusionäre Züge aufweisen oder einen rekonstruktiven Charakter besitzen können, wie der Nachbau eines Zimmers in dem ein historisch relevantes Ereignis stattfand. Die solchermaßen ausgeführten Inszenierungen können sich zahlreicher Techniken bedienen, wie der Umkehrung von Größenverhältnissen der eingesetzten Bauten oder Analogien zu Aspekten des Ausstellungsthemas darstellen, mit Übertreibungen und Umkehrungen arbeiten²⁹.

Zum anderen werden Ausstellungsbauten wie Vitrinen, Stellwände, Sockel oder Podeste als »Werkzeugobjekte«³⁰ entwickelt, um als »dienbare« Objekte die Präsentation der kuratierten Objekte einer Ausstellung zu unterstützen. Hierbei besteht ihre Aufgabe überwiegend darin, eine für den Besucher angemessene Präsentationsposition der ausgewählten Objekte zu ermöglichen. Während Vitrinen Objekte rundum vor dem Zugriff der Besucher schützen, gewähren die übrigen aufgeführten Werkzeugobjekte ein »glasfreies« Betrachten der Objekte, bei dem allerdings nicht immer klar vermittelt werden kann, ob ein Zugriff der Besucher erwünscht oder nicht erwünscht ist.

Die Anordnung und Dimensionierung der Ausstellungsbauten im Innenraum eines Gebäudes sollten dabei so ausgelegt sein, dass sie die Bewegung der Besucher im Raum berücksichtigen bzw. ermöglichen (Mayrand 2002: 409). Je nach Anordnung der Ausstellungsbauten im Innenraum »umlaufen« Besucher Vitrinen, Abbildungen – nähern sich, entfernen sich wieder und wechseln ihre

29 /// Zu wiederkehrenden Themen und Strategien von Ausstellungsarchitektur siehe Schriefer (2004)

30 /// Zum Begriff des Werkzeugobjektes, siehe auch Klein (2004: 101); zum Verhältnis von Vitrine und Objekt siehe Locher (2002: 21); sehr erhellend kommentiert Rugoff (1998: 323–324) mit folgenden Worten den Einsatz von Vitrinen: »Vitrinen dienen vorgeblich dazu, Artefakte vor Beschädigungen zu schützen – sei es vor dem Zahn der Zeit, sei es vor dem Zugriff von Betrachtern. Aber sie bewirken zugleich eine Isolierung der Materialität eines Objekts, so dass es für die Betrachter zu einem metaphysischen Wesen oder im besten Fall zu einer Theaterrequisite wird. Da wir das verglaste Objekt nicht konsumieren können, werden wir zu Anwendern eines distanzierten, kontemplativen Blicks. Dieser Blick hat schließlich dazu geführt, dass wir die Welt betrachten als existierte sie in zunehmendem Maß nur noch unter Glas«.

Position im Raum. Diese Dynamik des Besuchers muss gerade an Stellen, wo sie herausgefordert wird, durch ausreichenden Platz unterstützt werden³¹.

3.1.2.2 // LICHT

Hierunter werden alle in einer Ausstellung eingesetzten Lichtquellen subsumiert. Unterschieden werden kann zwischen dem direkten oder indirekten Tagelichteinfall, der durch Gebäudeöffnungen der Architektur ermöglicht wird und dem Beleuchtungsdesign, welches individuell für eine Ausstellung und ihre Exponate entwickelt wird und unter Einsatz von Leuchten, Strahlern und Projektoren umgesetzt wird. Die Kombination von Tageslicht und Kunstlicht und deren wohl abgestimmter Einsatz ermöglicht die Schaffung einer für den Besucher angenehmen visuellen Umgebung (Dernie 2006: 136).

Durch eine angemessene Lichtgestaltung wird sowohl eine korrekte Farbwiedergabe der ausgestellten Exponate ohne ungewünschte Kontraste und Verzerrungen ermöglicht, als auch die Bedingungen für das Lesen von Ausstellungstexten gegeben. Auch die Markierung von räumlichen Abgrenzungen und das Setzen von Akzenten wird durch die Lichtgestaltung ebenso ermöglicht wie die Inszenierung von theatralischen Szenen, in denen durch Beleuchtungsmuster und farbiges Licht starke dramaturgische Effekte erzielt werden können.

3.1.2.3 // BILDER UND GRAPHIKEN

Bilder und Graphiken können unterschiedliche Funktionen in Ausstellungen übernehmen: So werden sie mit textlichen Erläuterungen kombiniert eingesetzt, um ergänzende Informationen zu den Ausstellungsobjekten und Aspekten rund um das Ausstellungsthema zu geben, aber auch um die Gesamtinszenierung der Ausstellung durch ihre ästhetische und emotionale Ansprache des Besuchers zu unterstützen. So führen Nowak/ Teufel (2001: 69) folgendes Beispiel auf: »Eine Zigarre allein ist wenig aussagekräftig, eine Beschriftung könnte sie näher bezeichnen, doch erst durch die Abbildung eines Pressefotos, auf der eine berühmte Persönlichkeit wie Winston Churchill sie raucht, beginnt das Exponat zu sprechen.«

³¹ /// Einen guten Überblick über die Ermittlung des Platzbedarfs von Besuchern bietet Maxime (2002: 76–86).

Bei dem Arrangieren von Bildern sollte jedoch grundsätzlich beachtet werden, dass Bilder, die dicht neben oder über anderen Bildern platziert sind, nicht für sich alleine betrachtet werden können, sondern ihre Wahrnehmung von den Nachbarbildern beeinflusst wird, die entweder die Prägnanz der Bildaussage steigern oder diese stören. (Willberg/ Forssman 1999: 70).

Von Kornatzki (1989: 179) unterscheidet zwischen dem Bild als Abbild einer sichtbaren Wirklichkeit einerseits und andererseits Visualisierungen, beispielsweise in Form von Graphiken oder Illustrationen, die als Darstellungen von Funktionen, Begriffen und Vorstellungen begriffen werden können, die sich einer rein abbildhaften Darstellung entziehen und die mittels unterschiedlicher Techniken und Abstraktionsgrade erzeugt werden können³², wie beispielsweise die radioaktive Strahlung von Uran.

In Ausstellungen sind solche Visualisierungen immer dann unerlässlich, wenn komplexe Sachverhalte erläutert werden sollen oder wenn Anweisungen für Hands-on Exponate gegeben werden müssen. Bei der Kombination von Visualisierungen, Bildern und Texten in Schaubildern und Handlungsanweisungen besteht die Aufgabe des Textes darin, einen Sachverhalt so präzise und knapp wie möglich zu benennen und die zu vermittelnde Aussage für die angesprochene Zielgruppe verständlich und übersichtlich darzustellen. Visualisierungen und Bilder ergänzen den Text um solche Aussagen, die verbal nicht so präzise oder lebendig vermittelt werden können. (von Kornatzki 1989: 188). So sorgen ein ausgewogenes Verhältnis von Text zu Bildern und ein für die räumliche Dimensionierung der Ausstellung angepasstes Format für eine prägnante Aussagekraft der erzeugten Information.

3.1.2.4 // FARBE

Die menschliche Wahrnehmung kann Millionen von Farben unterscheiden, auch wenn sie im Alltagsleben nur mit einem Bruchteil konfrontiert wird. Ihre Unterscheidungsmerkmale liefern die drei Dimensionen Farbton, Sättigung und Helligkeit (Goldstein 2008: 158). Itten (1987: 19) verweist auf die Tatsache »dass verschiedene Personen in ihrem Urteil über Harmonie und Disharmonie [von Farben] verschiedener Meinung sein können.« Diese subjektive Wahrnehmung des Betrachters kollidiert mit den Bestrebungen »das endgültige

³² /// siehe hierzu Stankowski/ Duschek (1994) und besonders den Beitrag von Stankowski: »Visualisierungen«, Seite 19–52

Farbsystem zu liefern, dem eine Harmonie der Farben entnommen werden kann« (Silvestrini/ Fischer 2003: 9). Vielmehr beruhen Farbdeutungen auf einem erlernten kulturellen Hintergrund, den es gilt bei Gestaltungsprozessen zu beachten. (siehe auch Allesch 2005: 165). Der Einsatz von Farbe kommt bei Ausstellungen neben der Beleuchtung auch durch die Raumfarben und die Farbgebung der Ausstellungsbauten zur Geltung. Neben dem als neutral geltenden Weiß, welches häufig für die Präsentation von Kunstobjekten als Raumfarbe eingesetzt wird, kommen in Ausstellungsräumen vielfältige Farben zum Einsatz. Neben den dramaturgischen Effekten, die durch Farben erzeugt werden können, dienen sie auch als Strukturierungs- und Kategorisierungsmittel, welches Unterscheidung und Identifizierung von thematischen Bereichen und Objektgruppen ermöglicht. Zudem kann durch gezielten Einsatz von Farben eine räumliche Topographie erzeugt werden.

3.1.2.5 // ANIMATIONEN

Unter Animationen soll hier allgemein die Technik verstanden werden, unbelebten Objekten wie Wörtern, Figuren oder Strukturen Bewegung zu verleihen, im Gegensatz zum Film, der schon bewegte Bilder aufnimmt und sie durch Schnitte zusammenfügt.

Animationen können via Projektoren direkt in den Ausstellungsraum übertragen werden, wie beispielsweise sich verändernde Muster oder Wörter, oder aber sie können mediale Raumelemente wie Fußböden oder Wandelemente, die als Megabildschirme dienen, bespielen und so ein immersives Ausstellungserlebnis unterstützen. Animationen können auch als interaktive Exponate konzipiert werden, indem sie performativ auf die Bewegungen und Kommentare des Besuchers reagieren und ihren Zustand verändern.

Ihre Darstellungsgröße, die eingesetzten Kontraste und Lautstärken beeinflussen, dabei maßgeblich ihre Gebrauchsqualität.

3.1.2.6 // GERÄUSCHE/ KLÄNGE/ MUSIK

Der Einsatz von auditiven Elementen in Ausstellungen findet häufig an Stationen statt, an denen den Besuchern via Kopfhörer gesprochene Erläuterungen zu Ausstellungsbereichen und ihren Exponaten oder eine passende Geräuschkul-

lisse angeboten werden. Unterschieden werden können diese auditiven Stationen von jenen Situationen in Ausstellungsinszenierungen, bei denen auditive Reize bewusst als offene Raumerfahrungen wahrnehmbar gemacht werden. Dies geschieht beispielsweise, indem in einer Ausstellungseinheit, die einen bürgerlichen Salon am Anfang des 20. Jahrhunderts zeigt, eine Komposition von Gustav Mahler zu hören ist und so der Besucher durch die zusätzliche auditive Sinnesansprache dabei unterstützt werden soll, sich in eine vergangene kulturelle Epoche einzufühlen. Oder die Benutzung von dynamischen und interaktiven Exponaten wird von auditiven Reizen begleitet: So quietschen Türen und Schubladenelemente, unter denen Ausstellungsinformationen zu finden sind; oder die Bearbeitung von Dialogschritten eines interaktiven Exponats wird mit Tönen unterlegt. In beiden Fällen erhält der Besucher somit ein akustisches Feedback auf seine Handlungen. Die große Herausforderung bei dem »offenen« Einsatz von akustischen Reizen besteht darin, diese auf die jeweilige Ausstellungseinheit einzugrenzen und nicht eine ungewollte Beschallung der benachbarten Ausstellungseinheiten zu erzeugen.

Wie sich die vielfältigen in Ausstellungen wahrnehmbaren Geräusche und Klänge in den Ausstellungsräumlichkeiten ausbreiten, hängt zum wesentlichen Teil auch von der Akustik der Räumlichkeiten ab, in denen sie stattfinden. Bei der Planung dieser Akustik geht es aber nicht nur um die Verminderung oder die Klangoptimierung von Schallausbreitung, sondern es geht manchmal auch darum, einem Gebäude eine akustisch wiedererkennbare, charakteristische Anmutung zu verleihen. So benutzte beispielsweise Renzo Piano für das Kulturzentrum »Jean Marie Tjibaou« in Neukaledonien, das aus ovalen, korbartigen Bauten besteht, künstlich gehärtete Holzbögen, die mit Stahlstreben kombiniert wurden. Diese Konstruktion beginnt bei Wind zu schwingen und zu »singen« und erzeugt solchermassen eine Akustik, die Referenzen aufweist zu der geographischen Lage des Kulturzentrums und der Kultur der Kanaken, deren Ureinwohnern es gewidmet ist. (siehe hierzu Schneider 2000: 13)

Mayrand (2002: 411) macht darauf aufmerksam, dass auch die Besucher Quelle der Erzeugung von Geräuschen sind: »Even if no audio programme is playing, visitors themselves are sources of sound.« Und so beeinflussen die Schritte, die Unterhaltungen und das Rascheln der Kleidung der Besucher sowie Klingeltöne von Mobiltelefonen und »Produktsounds« von Diaprojektoren und

Belüftungsanlagen, den spezifischen »Klangteppich«³³ einer Ausstellung.

3.1.2.7 // DÜFTE

In jeder Ausstellung können olfaktorische Sinneseindrücke gemacht werden – wie die entweichenden Dämpfe von Teppichklebern, der Duft des an der Kasse stehenden Blumenstraußes, die Abluft von technischen Geräten oder der Duft von Körperausdünstungen und Körperpflegeprodukten der anderen Ausstellungsbesucher oder des Personals. Zudem werden in Ausstellungen auch gezielt geplante Geruchsstationen und -installationen eingesetzt oder die Düfte von künstlichen oder natürlichen Duftträgern wie Blumen oder Gewürzen sind Bestandteile der Inszenierungsstrategie einer Ausstellung. Die territoriale Eingrenzung der ausgewählten Geruchsstoffe ist hierbei jedoch nur begrenzt möglich, denn alle Stoffe, die im gasförmigen Aggregatzustand vorliegen, sind bestrebt einen größtmöglichen Raum einzunehmen. Zwar können Menschen rund 10.000 Gerüche unterscheiden, aber nur wenige Gerüche benennen³⁴. Es wurden viele Versuche unternommen, ein Klassifikationssystem für Geruchsqualitäten zu entwickeln. Goldstein (2008: 365) verweist auf einen der bekanntesten Versuche – das Geruchsprisma von Henning von 1916. Dieses Prisma arbeitet mit den Geruchsqualitäten faulig, fruchtig, harzig, würzig, blumig und brenzlich. Norman (2004: 29–30) benennt süßliche, faulige, fäkalische und schweißige Düfte, die als Geruchsreizmuster positive bzw. negative Affekte beim Menschen auslösen.

33 /// Hierbei könnte man auch mit einem Rückgriff auf Raymond Murray Schafer von dem Begriff des »Soundscape« einer Ausstellung sprechen: Der Komponist Schafer benutzte den Begriff der Soundscapes für sein weltweites Projekt »World Soundscape Project«. Im Zuge des Projekts erforschte Schafer das akustische Profil von Städten und deren charakteristische Töneignisse, die sich über den Tag veränderten. (<http://www.sfu.ca/~truax/wsp.html>; WWW-Quelle 6)

34 /// Der Geruchssinn ist der älteste Sinn, der in der menschlichen Informationsverarbeitung eine Sonderstellung einnimmt und so können Menschen zwar die Augen schließen, um nichts zu sehen und sich die Ohren zuhalten um nichts zu hören, aber solange sie atmen nicht verhindern, dass sie riechen. Diese Sonderstellung der olfaktorischen Informationen kann damit erklärt werden, dass sie ungefiltert in das Großhirn gelangen und eng an das limbische System, das Zentrum für Emotionen und Gedächtnis gekoppelt sind. Deshalb reicht ein kurzer olfaktorischer Reiz aus, wie beispielsweise der Geruch einer alten Ledertasche, um Erinnerungen an die Gerätekammer der Sporthalle der ehemals besuchten Grundschule zu erhalten. Goldstein (2008: 365) weist daraufhin, dass die Schwierigkeit, einen bestimmten Geruch zu identifizieren nicht an der Unzulänglichkeit unseres olfaktorischen Systems liege, sondern an der Unfähigkeit zum Abruf des Namens des Geruchs aus dem Gedächtnis.

3.1.3 // INTERNE KOMMUNIKATIVE GESTALTUNGSMITTEL

Hierunter sollen die Gestaltungsmittel subsumiert werden, deren Aufgabe primär darin besteht, die Inszenierung einer Ausstellung mit informativer Absicht zu unterstützen und die im Gegensatz zu Begleitmaterialien wie Katalogen oder Audioguides, fest im Ausstellungsraum integriert sind.

3.1.3.1 // TEXTE

In Ausstellungen werden unterschiedliche Texttypen eingesetzt: So gibt es beispielsweise Einführungstexte, die einen inhaltlichen Überblick zur Ausstellungsthematik geben, Thementexte innerhalb eines Ausstellungsbereiches oder Objekttexte. Diese Texte können auf Papier gedruckt sein, auf Plexiglas oder direkt auf die Wände oder Ausstellungsbauten aufgebracht werden oder sie können in den Raum projiziert werden.

Ihre Aufgabe liegt idealtypischer Weise darin, den Besucher und seine selektive Betrachtungsfolge der Ausstellung zu unterstützen, indem ihm an geeigneten Stellen relevante Informationen zu Aspekten der Ausstellungsthematik oder der Exponate gegeben werden. Das inhaltliche Spektrum dieser Texte reicht von der schlichten Angabe von Name/ Art/ Jahr eines kuratierten Objekts, bis zur epischen Darlegung von Details und damit zu den gefürchteten »Texttapeten«. Zu dem Verhältnis von Form und Inhalt bei Texten, formuliert Kurt Weidemann (1995: 150) treffend: »Typografie gibt der Sprache eine angemessene Form. [...] Wo keine gute Sprache vorhanden ist, kann auch keine gute Typografie gemacht werden. Zerhacktes Denken führt zu verstümmelter Sprache, es führt letztlich zur Stottertypografie.«

Mc Manus (1991: 42) führt aus, dass ein Besucher beim Lesen eines Ausstellungstextes drei Fragen beantworten können müsse: »Who is talking to me? What are they talking about? What are they saying about the topic?«.

Für eine besucherfreundliche Informationsstrukturierung sollten drei Regeln beachtet werden, die sich laut Noschka-Roos (2001: 91) bei der Konzeptualisierung von Ausstellungstexten bewährt haben. Nämlich erstens die ausgewählte Information gut zu strukturieren, zweitens die entstandene Textmenge zu optimieren, d.h. auf ihre Prägnanz zu überprüfen und drittens für die angesprochene Zielgruppe verständlich zu formulieren.

Neben der Informationsstrukturierung stellen die Lesbarkeit von Texten³⁵ und die Möglichkeit sie einzelnen kuratierten Objekten bzw. Ausstellungseinheiten zu zuordnen auf die sie sich beziehen, wichtige Aspekte bei der Betrachtung von Ausstellungstexten dar. Die Zuordnung von Texten zu den entsprechenden Exponaten wird hierbei maßgeblich durch den Abstand, in dem sie sich voneinander befinden definiert oder durch eine klare Zuweisungsstruktur. Unterschiedliche Formate, farbliche oder symbolische Codierungen schaffen visuelle Unterscheidungsmerkmale zwischen verschiedenen Texttypen wie Objekt-, Themen- oder Einführungstexten und ermöglichen so dem Besucher auf einem Blick zu unterscheiden, um welche Informationsebene es sich bei den verschiedenen Texttypen handelt.

3.1.3.2 // DYNAMISCHE UND INTERAKTIVE EXPONATE

Im Gegensatz zu schützenswerten kuratierten Ausstellungsobjekten, deren Berührung durch die Besucher nicht erwünscht ist, werden dynamische und interaktive Exponate entwickelt, um angefasst und benutzt zu werden. Sie ermöglichen den Besuchern komplexe Prozesse aus verschiedenen Wissensbereichen nachzuvollziehen, vertiefende Informationen zu den Ausstellungsobjekten zu erhalten oder eine spielerische, explorative Auseinandersetzung mit Aspekten der Ausstellungsthematik zu führen. Während dynamische Exponate oftmals durch einen Knopfdruck oder das Umlegen eines Hebels in Gang gesetzt werden, sind interaktive Exponate in dem Handlungsspektrum, welches sie dem Besucher anbieten als komplexer zu bezeichnen³⁶.

Der aus der Soziologie stammende Begriff der Interaktion zielt auf eine Wechselbeziehung zwischen Handlungspartnern ab und impliziert ein aufeinander bezogenes Handeln von mindestens zwei Personen. In Ausstellungskreisen wird der Begriff der Interaktivität³⁷ verwendet, um die Wechselbeziehung zwischen Besuchern und den entsprechenden interaktiven Exponaten zu bezeichnen.

³⁵ /// Die Lesbarkeit von Texten wird maßgeblich beeinflusst durch die ausgewählte Schrift, ihre Größe, der Laufweite der Schrift, den Zeilenabstand, die Satzbreite, die Entscheidung für einen Flatter- oder Blocksatz, den Kontrast von Schrift und Hintergrund – kurz durch ihre typografische Ausführung. Als bekanntes Grundlagenwerk zu Fragen rund um die Detailtypografie siehe beispielsweise: Forssman/ Jong (2004).

³⁶ /// Die strukturelle Unterscheidung in »dynamische« Exponate und »interaktive« Exponate kann als etabliert bezeichnet werden. Abweichung gibt es lediglich in der Bezeichnung; so spricht Wouters (2004: 133) von »aktiven« statt von »dynamischen« Objekten.

³⁷ /// Klein (2004: 88–94) bietet einen geschichtlichen Abriss zur Einführung des Begriffs »Interaktivität« für Ausstellungen.

Durch die Benutzung des Exponates durch den Besucher wird eine Veränderung des Zustandes des Exponates bewirkt, die wiederum Einfluss auf den Besucher hat und sich in seiner weiteren Benutzung des Exponats niederschlägt.

Dynamische, interaktive Exponate können analog oder computergestützt konzipiert werden; ihr Spektrum reicht von einfachen Dreh-, Drück-, Klappexponaten bis zur Umsetzung komplexer Konzepte, die mehrere Informationstiefen oder Spiellevels mit unterschiedlichen Resultaten ermöglichen und für einen Besucher alleine oder als Multiuser-Environments entwickelt werden. Voraussetzung für die Nutzung eines dynamischen oder interaktiven Exponats ist, dass es für den Besucher klar ersichtlich ist, dass er es berühren darf und auf welche Art und Weise dieser Kontakt zu Stande kommt; es geht also um die Sichtbarmachung von Benutzung, die ummissverständlich signalisiert, »hier darf man hinfassen und es gibt Folgendes zu tun...«. Diese Aufforderung setzt natürlich voraus, dass das dynamische/ interaktive Exponat funktionsfähig, und nicht auf Grund eines kurzfristigen Defekts nicht benutzbar ist.

Da es in Ausstellungen viel zu entdecken gibt, ist die Zeit, die Besucher für die Auseinandersetzung mit einem dynamischen/ interaktiven Exponat investieren limitiert, weshalb es notwendig erscheint, dass der Besucher nicht nur schnell erfassen kann, dass etwas zu tun ist mit den angebotenen Exponaten, sondern auch ebenso deutlich vermittelt bekommt, was zu tun ist.

3.1.3.3 // PERSONAL

Mag es erstaunlich anmuten, dass unter den zu gestaltenden Objekten von Ausstellungen auch das Personal betrachtet werden soll, so muss zunächst an die Bedeutung und Funktion des Personals für die Ausstellungen erinnert werden: Menschen an der Kasse, der Garderobe oder dem Eingang, Personal in den Ausstellungsräumen, das dort die Aufsicht führt, Hilfestellungen bei der Benutzung von dynamischen oder interaktiven Exponaten gibt oder Führungen durch die Ausstellungen leitet – sie alle besetzen eine wichtige kommunikative Schnittstelle zwischen der Ausstellung und den Besuchern.

Durch den non-verbalen und verbalen Kommunikationsstil des Personals, durch die Wahl seiner Garderobe oder das Tragen von Dienstkleidung und Namensschildern – Maßnahmen, die das Personal für den Besucher erkennbar machen und ihrer Arbeitseinstellung, haben sie einen nicht unerheblichen Anteil daran, ob sich die Besucher in der Ausstellung willkommen fühlen oder als Störenfriede

und so formuliert Overdick (2002: 113) »Denn die Mission eines Museums mag zwar als Leitbild wichtige Ziele eines Museums vorgeben, doch sind es vor allem die Menschen, die in einem Museum arbeiten, die durch ihre Wertvorstellungen und Verhaltensweisen das Sein und Bewusstsein des Museums formen«. Der Gedanke der Servicegestaltung³⁸ ist wahrlich noch nicht bei allen Ausstellungsbetreibern verbreitet und leider findet man noch häufig Personal, das einzig und allein die Aufgabe des »Wärters« ausführt, der die Besucher verhaltensmaßregelt, aber keinerlei Auskunftsfähigkeit oder Motivation besitzt und so bemerkt Klein (2005: 64) treffend: »Das Einzige, was den reibungslosen Betriebsablauf stört, ist aus dieser, leider noch viel zu weit verbreiteten Sicht, der Besucher«.

Auf der hier eingenommenen Betrachtungsebene von Gestaltungsmitteln soll das Personal als ein wichtiger Bestandteil der internen Kommunikation von Ausstellungen begriffen werden, denn es stellt die leibliche Repräsentation einer grundsätzlich wertschätzenden oder herablassenden Haltung gegenüber den Besuchern dar.

3.1.3.4 // ORIENTIERUNGSSYSTEME

Die Betrachtung von Orientierungssystemen soll sich zum einen auf solche beziehen, die den Besucher innerhalb des Gebäudes einer Ausstellung leiten und ihm anzeigen, wo er sich befindet: ob er für einen gewünschten Standortwechsel auf einen Fahrstuhl hoffen darf, wie er auf schnellstem Wege einen Ausgang finden kann oder wo Toiletten, ein Restaurant oder eine Informationsstelle zu finden sind. Weiterhin sollen hierunter auch die individuell für eine Ausstellung entwickelten Informationskonzepte als Form von Orientierungssystemen verstanden werden. Also jene Systeme, die durch Farben, Schrift, Icons oder Strukturen, statisch oder dynamisch dem Besucher die verschiedenen Bereiche der Ausstellung erkennbar machen und Ordnungskriterien innerhalb dieser Bereiche anbieten, sowie Zugehörigkeiten von Exponaten und Texten auszeichnen. Für die Betrachtung der Gebrauchsdimension von Leitsystemen sind die Aspekte der Identifizierbarkeit, der Unterscheidbarkeit der Orientierungssysteme von

³⁸ /// Mager, die die einzige deutsche Professur für Service Design inne hat und an der Köln International School of Design lehrt, führt aus, dass es beim Service Design nicht um ein »hübsches Corporate Design« ginge, sondern um Strategieentwicklung, Organisationsprozesse und insbesondere um die Gestaltung von Schnittstellen zum Kunden – denn dort erlebe der Kunde die Dienstleistung. (siehe Dohmann 2006: 27)

anderen visuellen Zeichenträgern sowie der Architektur und die Quantität, mit der sie in Erscheinung treten von Bedeutung.

Gerade bei räumlich komplexen Ausstellungen werden den Besuchern beim Erwerb einer Eintrittskarte häufig Lagepläne der Ausstellungsräumlichkeiten ausgehändigt, deren Darstellung idealerweise mit dem Orientierungssystem im Raum übereinstimmen sollte. Da davon auszugehen ist, dass die Besucher diese Lagepläne während ihres Ausstellungsbesuches mit sich führen, ist ihre Handhabbarkeit von Relevanz.

3.1.4 // EXTERNE KOMMUNIKATIVE GESTALTUNGSMITTEL

Hierunter sollen die gängigsten Gestaltungsmittel betrachtet werden, die für die Bekanntmachung der Ausstellung in der Öffentlichkeit konzipiert werden und die das visuelle Erscheinungsbild der Ausstellung in der Öffentlichkeit repräsentieren³⁹.

3.1.4.1 // SIGNET

Unter Signet⁴⁰ soll das für eine Ausstellung entwickelte Markenzeichen verstanden werden, welches die inhaltliche und strategische Komplexität einer Ausstellung in Form eines grafisch reduzierten Zeichens repräsentiert⁴¹.

39 /// Die Entwicklung eines visuellen Erscheinungsbildes ist idealtypischer Weise Bestandteil des Corporate Designs (CD) einer Ausstellung bzw. einer Institution wie ein Museum:

»Das Corporate Design ist das optische Konzentrat eines inhaltlichen, sozialen Konzepts, einer Weltanschauung, eines gesellschaftlichen Auftrages, eines Parteiprogramms, einer religiösen Glaubensrichtung, einer Veranstaltungskonzeption, einer Unternehmensphilosophie, kurzum eines formulierten Selbstverständnisses.« (Schmitt-Siegel 1992: 127).

Das konsequent entwickelte und angewendete Corporate Design definiert sämtliche Gestaltungsmittel eines Unternehmens oder einer Organisation und umfasst die Definition einer Hausschrift, die Entwicklung eines Signets, die Auswahl von Farben und Formaten genauso wie Podcasts, den Corporate Sound und die Architektur. Die Tendenzen der Entwicklung von CD-Strategien entwickeln sich zunehmend weg von starren Gestaltungsrastern zu flexibleren Systemen, die geeignet zu sein scheinen, sich komplexen Kommunikationsformen und der Verbreitung über unterschiedliche Medien anzupassen (siehe hierzu Nachtwey: 2006). Einen guten Einblick über neue Entwicklungen bei der Gestaltung von »Kulturmarken« bietet Koglin: 2008.

40 /// Der neutrale in Satzschrift gehaltene Textteil wie z.B. der Titel einer Ausstellung, der ein Signet begleiten kann, wird »Logo« genannt. Somit ist das Signet dem Logo übergeordnet. Wird der Schriftsatz graphisch modifiziert, kann er auch als Signet bezeichnet werden. (siehe Götz 1994: 63)

41 /// Die Art und Weise, wie ein Zeichen sein Referenzobjekt repräsentieren kann sind hierbei mannigfaltiger Art: als Kategorisierungsansatz, wie ein Zeichen ein Objekt repräsentieren kann, wird oftmals die von Charles Sanders Peirce eingeführt Unterscheidung zwischen Ikon (abbildend), Index (verweisend oder anzeigend) und Symbol (keinen direkten Bezug zum Objekt) aufgeführt; siehe Kroehl (2000). Doch nicht jedes grafisches Zeichen lässt sich eindeutig einer Kategorie zuordnen.

Positioniert auf sämtlichen internen und externen Kommunikationsmitteln wie Plakaten, Programmheften, Katalogen, Briefpapier oder der Website, besteht die Aufgabe des Signets darin, den eindeutigen Verweis zu der Ausstellung herzustellen, indem diese von anderen Ausstellungen unterscheidbar gemacht wird. (siehe Götz 1994: 60)

3.1.4.2 // PLAKATE

Plakate zählen zu den klassischen Medien der externen Ausstellungskommunikation: Aufgeklebt auf Litfasssäulen, Aufstellern, Informationswänden in öffentlichen Räumen und auf Werbewänden in Straßenfluchten, müssen sie sich im Stadtbild behaupten und dort Interesse erzeugen.

Zu diesem Zweck werden als Plakatmotive seltene oder kuriose Exponate der Ausstellung gezeigt oder die Architektur, in der die Ausstellung stattfindet. Plakatgestalter arbeiten mit Gegenüberstellungen, Übertreibungen, Analogien, Ironie und sie kombinieren häufig Bild und Text, die zusammen die Botschaft des Plakates kommunizieren. Neben der prägnanten Sprache, die einen Inhalt auf den Punkt bringt und einer pointierten Bildsprache, entscheidet auch das Format des Plakats in Bezug zu seinen individuellen Hintergrund, ob es beim Betrachter Interesse erzeugt.

3.1.4.3 // KATALOGE

Ausstellungskataloge dokumentieren Ausstellungen, indem sie den Leser in die Ausstellungsthematik einführen und auf die Besonderheiten der gezeigten Inhalte verweisen. Das Spektrum der Darstellung reicht hierbei vom Kurzführer, der die Exponate mit ihren wichtigsten Daten aufführt bis zu der mehrere hundert Seiten langen wissenschaftlichen Publikation, die das Ausstellungsthema unter einer dezidierten Forschungsfrage untersucht oder in einen größeren kulturellen, gesellschaftspolitischen Kontext stellt. Während eine temporäre Ausstellung längst beendet ist, überdauert der Katalog ihre zeitliche Restriktion und dokumentiert ihre Qualität.

Trotz ihres teilweise beachtlichen Umfangs werden Kataloge von den Besuchern mit in die Ausstellung genommen, um vor Ort die gegebenen Informationen in den Rezeptionsvorgang mit einzubeziehen oder sich Notizen zu machen. An

Kataloge können ähnliche Anforderungen gestellt werden wie an viele Produkte der Gebrauchstypografie, nämlich eine gute Strukturierung der Texte, eindeutige Bild-Text Bezüge, eine einwandfreie Lesbarkeit und eine übersichtliche Darstellung der gedruckten Informationen.

3.1.4.4 // WEBSITE

Fast jede Ausstellung nutzt mittlerweile das World Wide Web (WWW) zu einer Präsenz via Website. Nach einer Einschätzung von Restorff (2008: 25) benutzt ein großer Teil der Ausstellungsbesucher die Internetpräsenz von Ausstellungen, um sich mit einschlägigen Informationen über die Ausstellung zu versorgen; somit avancieren die Websites von Ausstellungen zu deren Visitenkarten. Von WWW-Inhalten kann Aktualität erwartet werden, eine gute Informationsstrukturierung sowie eine gute Verlinkung der Inhalte und eine klare Navigation, die dem Nutzer jederzeit ermöglicht zu bestimmen, wo er sich auf der Website befindet und wie er seine Position verändern kann. Die Mindestinformationen, die hierbei auf einer Website zu finden sind, lassen sich mit den Grunddaten: Datum und Titel einer Ausstellung, Ausstellungsort, Öffnungszeiten, Anfahrtswege und Preise benennen. Der weitere Umfang der Webangebote von Ausstellungen, ihre Intention und die Art der dort angebotenen Informationen und die Rolle, die dem Nutzer zu Teil wird, variiert erheblich: So informieren einige Ausstellungsinitiatoren schon Monate vor dem Eröffnungstermin über die Entwicklung der Ausstellung oder es werden ausführliche Dokumentationen über die vielfältigen Aspekte der Ausstellung veröffentlicht. Museen stellen ihre Sammlungen vor und präsentieren ihr Ausstellungsprogramm und bieten Gästebücher, die es Nutzern ermöglichen die Seite zu kommentieren oder die Nutzer werden dazu aufgerufen, sich durch eigene Beiträge an dem Geschehen der Website oder der Ausstellung zu beteiligen⁴².

⁴² /// Siehe hierzu die Veranstaltungsreihe der Mai-Tagung »museums and the internet«, deren Ziel darin besteht, die für Museen maßgebenden Entwicklungen des WWW zu thematisieren, mit den Schwerpunkten Präsentations-, Werbe- und Kommunikationsmöglichkeiten des Internets. (www.mai-tagung.de; WWW-Quelle 7)

3.2 // GEWICHTUNG DER DREI DIMENSIONEN VON GESTALTUNGSMITTELN VOR DEM HINTERGRUND DES KONTEXTS EINER AUSSTELLUNG

Nach der Vorstellung der Kurzprofile der gängigsten Gestaltungsmittel in Ausstellungen können diese in der folgenden Abbildung mit ihren jeweiligen drei Betrachtungsdimension dargestellt werden.

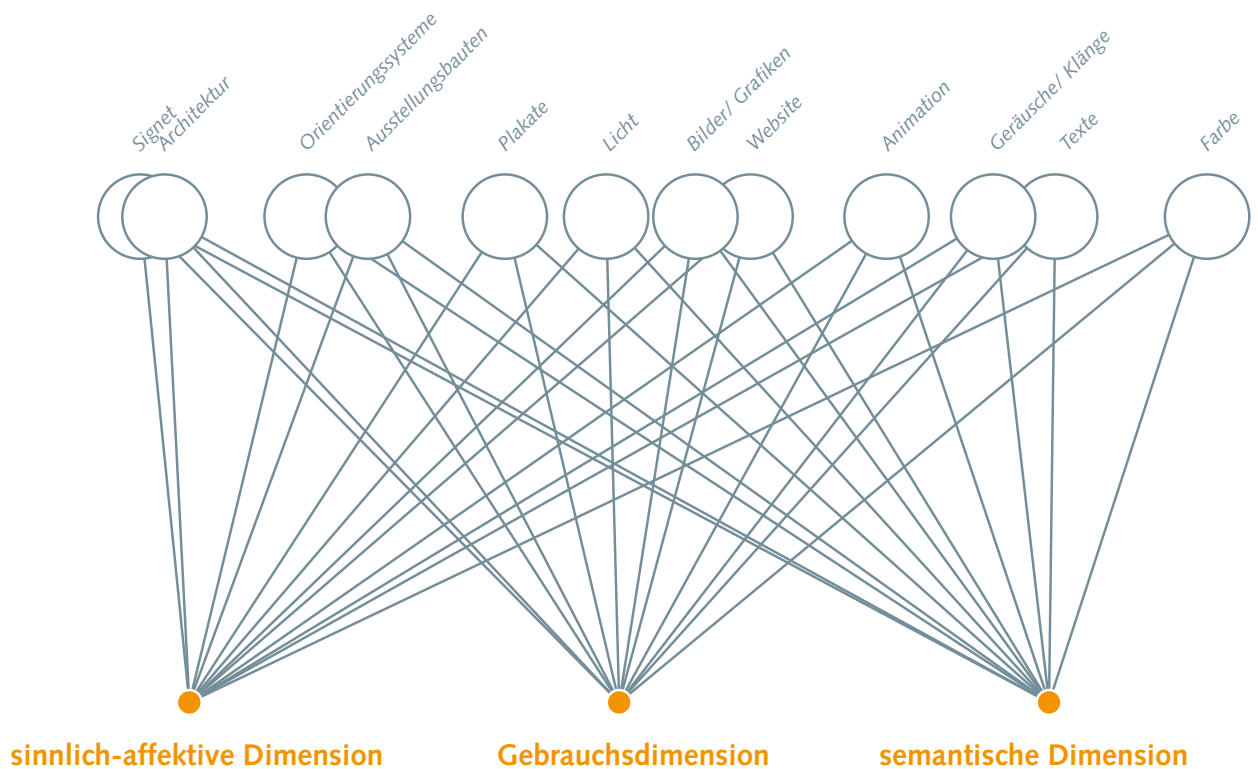


Abb.14: Betrachtungsdimensionen der Gestaltungsmittel von Ausstellungen

Wurde in der Einleitung dieser Arbeit die verbreitete Ansicht aufgeführt, die Wirkweise von Ausstellungsgestaltung als »Interface« zwischen den Besuchern und den Inhalten der Ausstellung zu begreifen, so zeigt die Darstellung sehr eindrücklich, dass dieses »Interface« tatsächlich aus einem Bündel von Gestaltungsmitteln besteht. Jedes dieser Gestaltungsmittel kann hierbei zum einen in Bezug auf seine drei Dimensionen betrachtet werden, zum anderen kann die dimensionale Ausprägung aller eingesetzten Gestaltungsmittel im Sinne einer notwendigen Synchronisation als Voraussetzung für eine konsistente Gesamtwirkung untersucht werden.

Die dringliche Frage, die sich nun stellt, ist die nach der Ausprägung und Gewichtung der drei Dimensionen eines Gestaltungsmittels: Ist ihr Anteilsgefüge bei jedem Entwurf konstant? Oder gibt es Gestaltungsmittel, die per se auf einer Dimension stark gewichtet sind – werden beispielsweise Orientierungssysteme grundsätzlich mit einer starken Gewichtung der Gebrauchsdimension und Aspekten wie einer großen Identifizierbarkeit und Unterscheidbarkeit entwickelt? Können Gestaltungsregeln abgeleitet werden, die eine Standardisierung von Gestaltungsentscheidungen in Bezug darauf beinhalten, wann und in welcher Situation eine Dimension eines Gestaltungsmittels stärker gewichtet werden muss?

Zur Beantwortung dieser Fragen muss auf ein Größe verwiesen werden, die im Folgenden »Kontext« genannt werden soll. Ihr Einfluss auf Gestaltungsprozesse ermöglicht keine Verallgemeinerungen und Adaptionen und kann als Weichensteller für die dimensionale Ausprägung und Gewichtung von Gestaltungsmitteln in Ausstellungen betrachtet werden. Diese Größe soll im Folgenden vorgestellt werden:

Der Entscheidungsspielraum eines jeden Gestalters bei der Entwicklung einer Ausstellung wird bestimmt durch den spezifischen Kontext der Ausstellung, der eine Ansammlung von zu gewichtenden Parametern darstellt, und auf Basis dessen Gestaltungsentscheidungen und -bewertungen getroffen werden. So scheint es nachvollziehbar, dass es sich auf die Gestaltung einer Ausstellung auswirken wird, ob für ihre Realisierung 5.000 oder 500.000 Euro zur Verfügung stehen, die angesprochene Zielgruppe sich aus Schülern oder einem Zirkel von Connaisseurs formiert, selten ausgestellte, hoch begehrte kuratierte Objekte gezeigt werden sollen oder aber die Ausstellung gänzlich auf das Zeigen kuratierter Objekte verzichtet.

Der Kontext einer Ausstellung stellt somit keine statische Größe dar, sondern wandelt sich von Aufgabe zu Aufgabe, daher sind Gestaltungsempfehlungen, die mit Dichotomien von »richtig/ falsch« oder »gut/ schlecht« operieren und Allgemeingültigkeit beanspruchen, stets kritisch zu betrachten. Ebenso verweist die Individualität von Kontexten Bestrebungen in ihre Schranken, die »Erfolgsmodelle« von Ausstellungen auf gänzlich andere Kontexte übertragen zu wollen, denn die vorzufindenden Bedingungen werden nie identisch sein und im schlimmsten Fall wirkt die Übertragung dann lediglich wie ein schlechtes Replikat. So formuliert Dehlinger (1992: 4) treffend: »Zu jedem Entwurf gibt

es also einen Kontext, der seinen Einfluß auf die Güte des Planes hat. Für die Beurteilung des Ergebnisses muß man den Kontext in Rechnung stellen.«

3.2.1 // RELEVANTE KONTEXTFAKTOREN FÜR AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Im Folgenden sollen grundsätzliche Parameter aufgeführt werden, die Relevanz für die Formulierung von Kontexten von Ausstellungen haben. Diese Auflistung beansprucht keine Vollständigkeit und selbstverständlich stellt die Reihenfolge der Parameter innerhalb der Liste keine Gewichtung ihrer Relevanz innerhalb des Kontexts dar.

Fragestellung einer Ausstellung

Jede Ausstellung unterliegt einer spezifischen inhaltlichen Fragestellung, die definiert, welche Aspekte eines Ausstellungsthemas betrachtet werden sollen und welcher Standpunkt dabei bezogen wird. Die Definition dieser inhaltlichen Fragestellung obliegt in der Regel dem Kurator einer Ausstellung und wird von dem Gestalter in eine adäquate Form übersetzt. Grundsätzlich muss davon ausgegangen werden, dass vage Positionen nicht in eine präzise gestaltete Form überführt werden und konfuse Gedanken nicht durch eine extravagante Formidee kompensiert werden können. Dies wird von Stella Rollig (2003: 11) pointiert kommentiert: »Das Konzept der Kuratorin oder des Kurators ist das Grundgerüst, dessen Tragfähigkeit abhängt von einer genau formulierten Fragestellung und dem Mut zu einer Antwort, einer These.«

Kuratierte Objekte

In dieser Arbeit wird die Position vertreten, dass das vielbeschworene »Primat des (kuratierten) Objekts« in Ausstellungen eine Kontextentscheidung darstellt, d.h. es obliegt der Entscheidung des Entwicklungsteams einer Ausstellung, welche Stellung dem kuratierten Objekt beigemessen werden soll; ob es »Hauptakteur« der Ausstellung sein soll oder »Statist« im Dienste einer zu erzählenden Geschichte.⁴³

⁴³ /// So kommentieren Schwarz/ Teufel (2001: 17) die Stellung des kuratierten Objekts in Ausstellungen folgendermaßen: »Gegenstand einer Ausstellung muß nicht zwangsläufig nur die Präsentation von Objekten sein; es gibt zeitgenössische Tendenzen in der Ausstellungsgestaltung, die den Exponaten eine untergeordnete Rolle zuweisen, und gelegentlich scheint man auf Exponate sogar ganz verzichten zu wollen.«

Mit Ausnahme des »autonomen Kunstwerks«⁴⁴ sind die gezeigten kuratierten Objekte in Ausstellungen ihrer ursprünglichen Benutzungs- und Bedeutungskontexte entzogen – sie sind dekontextualisiert. Je nach thematischem Schwerpunkt einer Ausstellung können sie mit unterschiedlich aufgeladenen Bedeutungen in der Ausstellung rekontextualisiert⁴⁵ werden:

So kann beispielsweise ein Kanarienvogel in einer naturkundlichen Ausstellung unter Angaben seiner ornithologisch relevanten Informationen, »als ein zirka 12 cm langer Finkenvogel, der gesellig in kleinen Schwärmen der Kanarischen Inseln lebt«, in der Klassifikation zwischen anderen Finkenvögeln ausgestellt werden.

Ebenso kann der Kanarienvogel aber auch als Seismograph zur Erkennung von austretendem Methangas im Bergbau in Szene gesetzt werden, oder beispielsweise als Leibspeise des italienischen Volkes.

In Abhängigkeit von der Position, die der Kurator zu dem Sachverhalt einnimmt, dass Kanarienvögel in Italien verzehrt werden – ob ein Plädoyer auf das Recht der regionalen Küche gehalten, eine Tierschutzhaltung propagiert oder bewusst eine mehrfach lesbare Auslegung ermöglicht werden soll – wird die Inszenierung des Kanarienvogels durch den Gestalter erfolgen. Die gewählte Inszenierungsweise wird zudem beeinflusst werden durch die Haltung oder den Ausdruck, mit dem die formulierte Position vertreten wird und kann informativer, provokativer, pathetischer oder beispielsweise sarkastischer Art sein.

Der gewählten Inszenierungsstrategie kommt deshalb eine so hohe Bedeutung zu, weil der Kanarienvogel dem geneigten Besucher seine Geschichte nicht erzählen kann – eine banale und doch immer wieder entwaffnende Feststellung, die Treinen (1996: 60) mit dem lakonischen Wortlaut erfasst: »Der Ausgangspunkt ist denkbar einfach: Museumsexponate können qua Objekte weder Kommunikation mit den Besuchern herstellen, noch können Besucher mit Objekten kommunizieren.« Durch den Stil der Inszenierung des Kanarienvogels kann somit ein wesentlicher Beitrag zu seiner Interpretation, seiner Lesart, gegeben werden, indem Deutungen durch ein entsprechendes Szenario oder die Einbettung in einer personalisierten Geschichte nahegelegt werden.

⁴⁴ /// Groys (1997: 25) beschreibt diese Ausnahmestellung mit den folgenden Worten: »Die ›ernsthafte‹, autonome Kunst wird in unserer Kultur vornehmlich mit dem Ziel produziert, gesammelt zu werden. Sie wird nicht mehr wie früher als Bestandteil eines Tempels, einer Kirche oder eines Palastes konzipiert, sondern von Anfang an für den isolierten, ›autonomen‹ Raum öffentlicher oder privater Kollektionen bestimmt.«

⁴⁵ /// Mit der Überführung eines kuratierten Objekts in den Zeigemodus einer Ausstellung verändern sich die Bedingungen unter denen das Objekt zu betrachten ist. So wird in den meisten Fällen die sinnliche Erfassung der kuratierten Objekte auf reine Anschauung reduziert.

Zielgruppe

Ausstellungen unterscheiden sich durch die Zielgruppen, die sie ansprechen möchten. Parallel zu der Forderung, eine Ausstellung solle »alle« ansprechen, schärft sich zunehmend ein Bewusstsein dafür, dass in dieser indifferenten Adressierung die Gefahr verborgen liegt, die wichtigen charakteristischen »Ecken und Kanten« eines Konzepts aufzuweichen und mit der Ausstellung einen Allgemeinplatz zu schaffen, der zwar alle anspricht, aber niemand begeistert.

Schormann (2004: 95) weist zudem auf die Schwierigkeiten hin, in einer bereits realisierten Ausstellung die Interessen einer neu ausgemachten Zielgruppe nachträglich berücksichtigen zu wollen. Tatsächlich muss man ihr an dieser Stelle beipflichten, dass solche »Aufrüstmaßnahmen« häufig als befremdliche Nachbesserungen wirken, die das originäre Konzept einer Ausstellung verwässern.

Zunehmend werden für die Planung von Ausstellungen daher Experten aus der Besucherforschung zu Rate gezogen, die durch Vorabevaluationen die Interessen und den Kenntnisstand potentieller Besucher ermitteln⁴⁶, die dann als Grundlage für die Konzeption und Gestaltung der Ausstellung dienen.

Strategische Zielsetzung

Während die Fragestellung einer Ausstellung bzw. ihre inhaltliche Zielsetzung in der Regel via Katalog, Einlesetexte oder beispielsweise Website kommuniziert wird, muss diese Offenheit der Mitteilung bei der strategischen Zielsetzung einer Ausstellung nicht unbedingt gegeben sein.

Unter der strategischen Zielsetzung einer Ausstellung soll im Folgenden das Profil verstanden werden, mit dem sich eine Ausstellung innerhalb des kulturellen Sektors positionieren möchte und welche wirtschaftlichen und repräsentativen Ziele verfolgt werden sollen. Dass es sich bei den strategischen Zielen einer Ausstellungen teilweise auch um ganz persönliche Ziele von Initiatoren handeln kann, führt Vergo (1989: 45) mit einem Rückgriff auf eine Ausgabe des »Burlington-Magazines« aus. Er unterscheidet zwischen den »offiziellen« Gründen, die zur Initiierung einer Ausstellung angegeben werden, wie: »to make accessible the rarely seen, to alter or enhance perception of the already known, to unite comparable works« und den oftmals tatsächlichen Gründen, die für sogenannte »high profile« Ausstellungen ausschlaggebend sind:

⁴⁶ /// Siehe hierzu: den Tagungsband »Museen und ihre Besucher« (1996) (Hrsg.). Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland; Noschka-Roos (Hrsg.) (2003): »Besucherforschung in Museen. Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation«

»to raise money, to celebrate meaningless anniversaires, to cement diplomatic alliances, to promote the careers of museum directors«.

Die persönliche Zielsetzung für die Initiierung von Ausstellungen soll im Folgenden aber nicht zu einer »konspirativen Strippenzieher-Attitüde« stilisiert werden. Vielmehr wird grundsätzlich davon ausgegangen, dass die definierte strategische Zielsetzung als Kontextgröße Einfluss auf die Entscheidungsfindung von Ausstellungen ausübt und je offener diese kommuniziert wird, desto besser kann sie in den Entwicklungsprozess einer Ausstellung integriert werden.

Dieser Aspekt scheint besondere Bedeutung für die Planung von neuen Kulturstätten zu besitzen, deren Initiatoren mit Hoffnungen auf die Segnungen durch Touristenströme und den damit verbundenen wirtschaftlichen Aufschwung, Stararchitekten für die Entwürfe von architektonischen Ikonen mit medienwirksamer Zugkraft beauftragen und darüber die inhaltliche Ausrichtung und langfristige strategische Positionierung verdrängen.⁴⁷

Finanzielle Mittel

Die Kontextbedingungen von Ausstellungen variieren beachtlich durch die unterschiedlichen finanziellen Mittel, die für ihre Konzeption, ihre Gestaltung, ihre Werbemaßnahmen⁴⁸ und, falls es sich um eine Dauerausstellung handeln sollte, für die Betreuung ihrer jahrelangen Laufzeit zur Verfügung stehen.

Die Binsenweisheit »Viel hilft viel« – in diesem Fall die finanziellen Mittel einer Ausstellung – muss nicht zwangsläufig zu einer inspirierteren Ausstellung führen.

Gerade bei einer aufwendigen und hochbudgetierten Ausstellung kann es von Interesse sein zu untersuchen, in welchem Verhältnis der Aufwand der eingesetzten Gestaltungsmittel einer Ausstellung zu ihrer inhaltlichen Aussagekraft steht – ob sie reinen Selbstzweck darstellen und lediglich darauf verweisen, einen beachtlichen Anteil finanzieller Mittel beansprucht zu haben oder ob sie bereichernde Impulse für die Gesamtwirkung der Ausstellung darstellen.

⁴⁷ /// Baumstark (2003: 22) führt hierzu aus, dass vielen dieser neuen kostenintensiven Häusern, langfristig kaum ausreichende Mittel für ihren teuren Betrieb zur Verfügung stünden und dieses finanzielle Defizit Auswirkungen auf die Öffnungszeiten und die zu entwickelnden Inhalte hätte.

⁴⁸ /// Peter Raute, Vorstandsvorsitzender des Vereins der Freunde der Nationalgalerie Berlin, erklärt in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung vom 26./27. Januar 2008, wie der Freundeskreis für die von ihm initiierte, überaus erfolgreiche Ausstellung »MoMA« eine Millionen Euro für eine Werbekampagne für die Ausstellung investierte und führt vergleichsweise den Ausstellungsetat von 700.000 Euro auf, dem die Stiftung Preußischer Kulturbesitz für ihre 17 Museen, zu dem die Nationalgalerie gehört, insgesamt zur Verfügung stehen.

Temporäre und permanente Dauer von Ausstellungen

Ausstellungen unterscheiden sich durch die Zeitspanne, für die sie geplant werden. Während temporäre Ausstellungen für wenige Wochen oder Monate zu sehen sind und potenziell als Wanderausstellungen konzipiert sein können, die an mehreren Standorten gastieren, sind permanente, auch sogenannte Dauerausstellungen, für eine jahrelange Laufzeit an einem Standort konzipiert.

Während bei einer temporären Ausstellung, die als »Gast« in einer institutionellen Räumlichkeit wie dem Foyer einer Bibliothek, einer Bank oder einem Museum zu sehen ist, die Frage naheliegt, in welchem inhaltlichen oder strategischen Verhältnis die Ausstellung zu der Gastgeberinstitution steht, ist die Dauerausstellung, beispielsweise eines Museums⁴⁹, die Schnittstelle zwischen der Institution und dem Besucher. Die Dauerausstellung wird somit für den Besucher zum erlebbaren »Ausdruck« der gesamten Institution.

Die Unterscheidung in »temporär« und »permanent« als Kontextbedingung von Ausstellungen zu begreifen, ist zudem notwendig, weil permanente Ausstellungen, ob ihrer langen Laufzeit einer höheren inhaltlichen und gestalterischen Beständigkeit bedürfen als temporäre Ausstellungen. Vielmehr fungieren hoch budgetierte temporäre Ausstellungen wie die Weltausstellungen, als Testfeld mit Laborcharakter für neue Inszenierungsstile, Materialien und Interaktionsmöglichkeiten des Publikums, während sich Dauerausstellungen innerhalb ihrer langen Laufzeit bewähren müssen, ohne veraltet zu wirken.

⁴⁹ /// Ein Museum ist laut den Statuten des »International Council of Museums« (ICOM) eine gemeinnützige Institution, die mit einem gesellschaftlichen Auftrag versehen ist und materielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt sammelt, bewahrt, erforscht und ausstellt. Die drei Funktionen Sammeln, Bewahren und Erforschen laufen ausschließlich unter Ausschluss der Öffentlichkeit ab und es ist Fachwissenschaftlern vorbehalten, »sammlungswürdige« Objekte zu deponieren und nach sammlungsimmanenten Kriterien zu systematisieren. Die Dauerausstellung ist der Bereich des Museums, in dem diese »Bemühungen« für die Öffentlichkeit ersichtlich werden. Die Dauerausstellung repräsentiert somit den Forschungs- und Bewahrungsapparat von Museen, der von der Öffentlichkeit finanziert wird und das Museum beispielsweise von einer Ausstellungshalle unterscheidet.

3.3 // KONSTRUKTION FIKTIVER KONTEXTE UND IHRE AUSWIRKUNG AUF GESTALTUNGSSTRATEGIEN FÜR AUSSTELLUNGEN

Die Ausprägung und Gewichtung der oben aufgeführten Parameter definiert den individuellen Kontext einer Ausstellung, auf dessen Basis über die Gestaltung der Ausstellung und somit auch die Gewichtung der drei vorgestellten Dimension von Ausstellungsgestaltung entschieden wird⁵⁰. Dies kann an einem einfachen Beispiel verdeutlicht werden:

Für dieses Beispiel soll die im Abschnitt 3.2 aufgeworfene Frage aufgegriffen werden, ob Orientierungssysteme in Ausstellungen grundsätzlich mit einer starken Gewichtung der Gebrauchsdimension und Aspekten wie einer großen Identifizierbarkeit und Unterscheidbarkeit entwickelt werden. Neben Kontextbedingungen, die eine solchermaßen stark gewichtete Gebrauchsdimension eines Orientierungssystems nahelegen, könnten die formulierten Bedingungen des Kontextes auch erfordern, dass das explorative Verhalten der Besucher gefordert werden soll, indem das zu entwickelnde Orientierungssystem sich ausschließlich assoziativ und kombinatorisch erschließen ließe. Dies hätte zur Konsequenz, dass das primäre Entwicklungsziel des Orientierungssystems nicht darin bestünde, dem Besucher möglichst unmissverständlich den Weg von A nach B zu weisen, sondern ihn auf die Suche zu schicken und ihn mit Fragen der Orientierung und des Raums zu konfrontieren. Diese Zielsetzung bedingt somit, dass die Gebrauchsdimension und die Ansprüche an eine klare Identifizierbarkeit negiert werden müssen, um unter der Betonung der semantischen Dimension eine assoziative, mehrdeutige Auslegung des Orientierungssystems zu bewirken. Eine Bewertung der Angemessenheit der beiden Orientierungssysteme könnte jedoch nur auf der Basis des jeweiligen Kontexts erfolgen und es müsste beispielsweise festgestellt werden, welche Zielgruppe mit den Orientierungssystem konfrontiert würde und welche inhaltliche Fragestellung der Ausstellung zu Grunde läge. Dies verdeutlicht die vorangestellte Aussage Dehlingers, dass ein Gestaltungsergebnis immer auf der Basis des Kontexts erfolgen müsse.

⁵⁰ /// Ruedi Baur, der immer wieder auf die Bedeutung des Kontexts für Gestaltungsprozesse hinweist (siehe beispielsweise (2008: 27) hat diese wichtige Funktion des Kontexts in der Namensgebung des von ihm geleiteten Institut für Designforschung der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Zürich zum Ausdruck gebracht: »Design2context«.

Demonstriert das aufgeführte Beispiel den Einfluss des Kontexts auf die dimensionale Gewichtung eines Gestaltungsmittels, so muss bedacht werden, dass sich der Kontext auf die gesamte Bündelung der vielfältigen Gestaltungsmittel auswirkt.

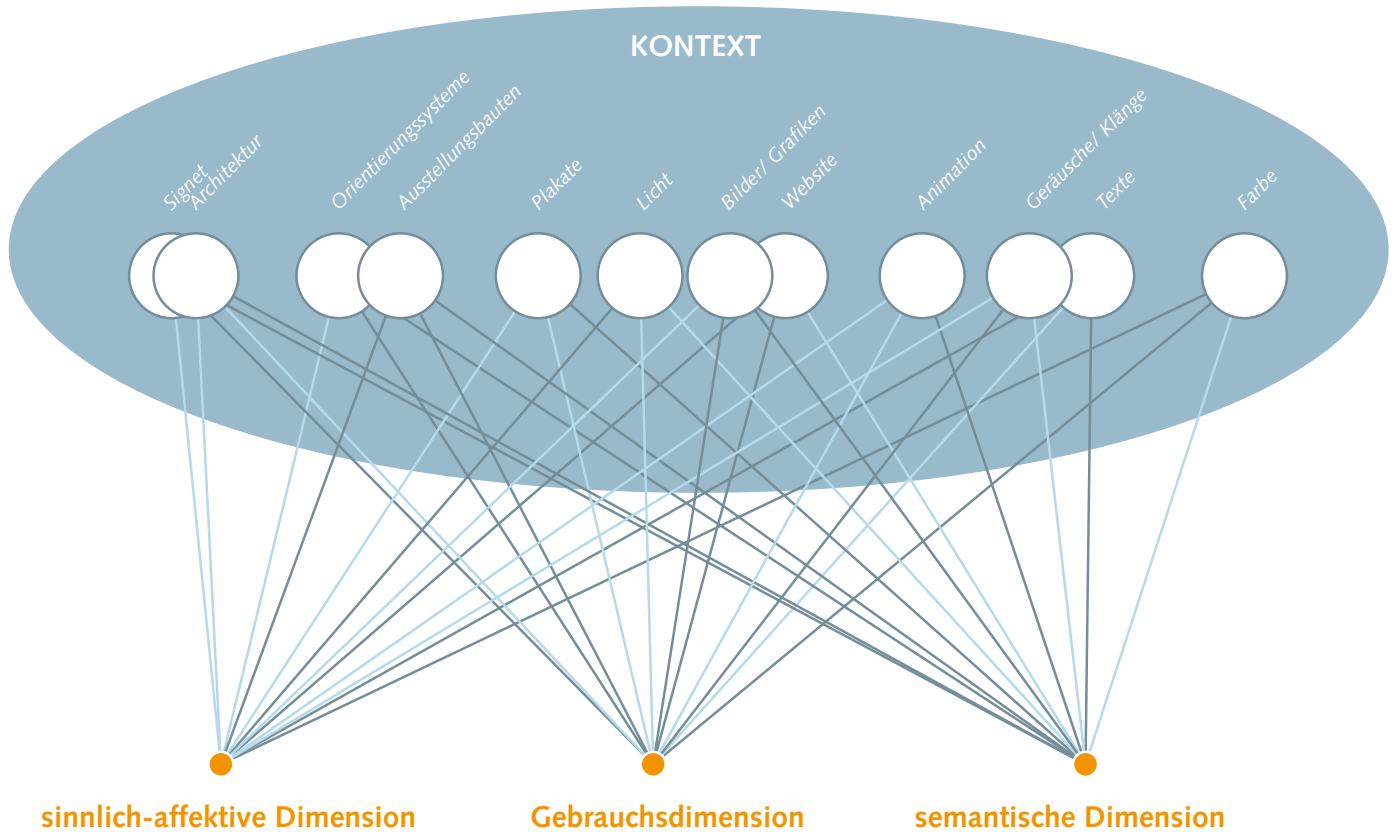


Abb.15: Einfluss des Kontext auf die dimensionale Ausprägung der Gestaltungsmittel

Mit Blick auf die bisher unternommenen Arbeitsschritte zur Entwicklung eines Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Betrachtung von Ausstellungsgestaltung, wird es als notwendig erachtet, im Folgenden den Einfluss des Kontexts auf die dimensionale Ausprägung der Gestaltungsmittel von Ausstellungen präziser zu demonstrieren. Hierzu muss bemerkt werden, dass der Einfluss des Kontexts auf die dimensionale Ausprägung von Gestaltungsmitteln sich bis jetzt lediglich auf die Darstellung der dimensional Gewichtung eines Gestaltungsmittels beschränkte, es aber von Interesse wäre darzustellen, wie es sich auf die Gestaltung einer Ausstellung auswirken würde, wenn alle Gestaltungsmittel mit der Betonung nur einer Dimension, beispielsweise der sinnlich-affektiven, entwickelt werden würden. Durch eine solche Darstellung könnte die Wirkweise einer Dimension eindrücklich illustriert werden.

Eine solche einseitige und konsistente Gewichtung einer Dimension bei allen Gestaltungsmitteln einer Ausstellung kann jedoch bei einer realen Ausstellung niemals gegeben sein, da hier grundsätzlich davon ausgegangen werden muss, dass die Gestaltungsmittel mehrdimensional gewichtet sind.

Die Konsequenz aus dieser Feststellung besteht darin, dass der Einfluss des Kontexts und der einseitigen und konsistenten Gewichtung einer Dimension bei allen Gestaltungsmitteln einer Ausstellung nicht an realen Ausstellungen untersucht werden kann, sondern stattdessen an Hand dreier Szenarien erfolgen soll, in denen fiktive Ausstellungen analysiert werden. Der »Kunstgriff«, dessen wir uns durch die Formulierung der Szenarien bedienen, ist darin zu sehen, dass Bedingungen formuliert werden können, die, vergleichbar mit denen eines Labors, in der Realität nicht existieren. Diese Laborbedingungen bestehen darin, dass nicht nur ein Ausstellungsthema fingiert werden kann, zu dem drei unterschiedliche Kontexte formuliert werden können, sondern sie ermöglichen weiterhin zu demonstrieren, wie sich die Bedingungen des jeweiligen Kontexts auf die Gestaltung der jeweiligen Ausstellung auswirken werden. Zudem ermöglichen die Laborbedingungen zu simulieren, dass die Ausstellungsgestaltung der drei Kontexte jeweils nur eine der drei Dimensionen konsistent und ausschließlich fokussiert.

Die sich nun anschließende Betrachtung der drei Szenarien soll folgendermaßen aufgebaut werden:

// Das fiktive Ausstellungsthema, welches den drei Szenarien zu Grunde gelegt werden soll, lautet: »Ernährung der Industrienationen im 21. Jahrhundert«

// Jeder Betrachtung eines Szenarios ist eine kurze Schilderung seines spezifischen Kontexts vorangestellt.

// Folgende drei Szenarien sind gemäß der drei fokussierten Dimensionen von Ausstellungsgestaltung darzustellen:

Szenario_1: »Die sinnlich-affektive Ausstellungsgestaltung«, in dem die Fokussierung der sinnlich-affektiven Dimension aufgezeigt werden soll.

Szenario_2: »Die dienende Ausstellungsgestaltung«, in dem die Fokussierung der Gebrauchsdimension aufgezeigt werden soll.

Szenario_3: »Die assoziative Ausstellungsgestaltung«, in dem die Fokussierung der semantischen Dimension aufgezeigt werden soll.

// Die Analysen der fiktiven Ausstellungen sollen so aufgebaut werden, dass die eingesetzten Gestaltungsmittel der Ausstellung in den vier vorgestellten Gruppen des Abschnittes 3.1 betrachtet werden. Gewissermaßen folgt die Analyse so dem Blick des Betrachters: Zunächst wird die Architektur, dann die Inszenierungsmittel, die internen kommunikativen Gestaltungsmittel und schließlich die externen kommunikativen Gestaltungsmittel thematisiert. Unerlässlich ist es auch zu erwähnen, dass die Analyse der fiktiven Ausstellungen nicht in demselben Umfang erfolgen kann, wie die Analyse einer realen Ausstellung.

3.3.1 // SZENARIO_1: »DIE SINNLICH-AFFEKTIVE AUSSTELLUNGS- GESTALTUNG« – FOKUSSIERUNG DER SINNLICH-AFFEKTIVEN DIMENSION

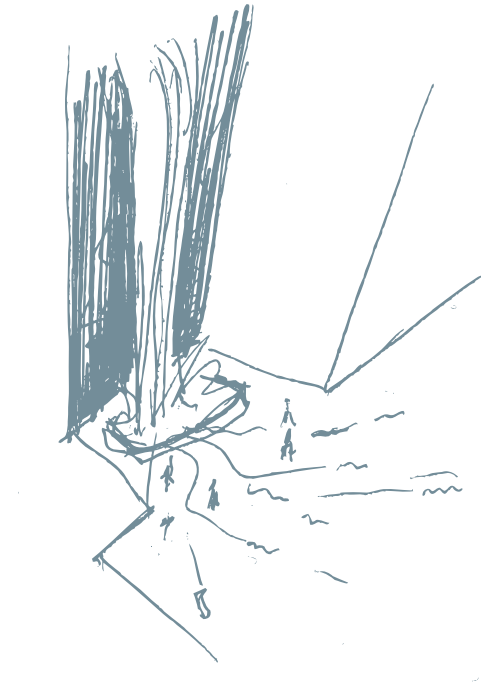


Abb.16: Szenario 1: Entree der Brauerei

Thema der Ausstellung:

»Ernährung der Industrienationen im 21. Jahrhundert«

Kontext der Ausstellung

Die Zielgruppe der Ausstellung soll als heterogen bezeichnet werden. Sie rekrutiert sich aus Familien, Einzelbesuchern und Gruppen. Für die fiktiven Kontextbedingungen wird dieser Kreis der Zielgruppe noch erweitert um Messebesucher und –aussteller einer großen Nahrungsmittelmesse, die in derselben Stadt wie die Ausstellung und parallel zu ihr stattfinden soll. In dieser sehr breit gefächerten Zielgruppe, die sich aus Laien und Professionellen zusammensetzt, muss also auch von einem breiten Wissenstand der Besucher zu der Ausstellungsthematik ausgegangen werden.

Ausgehend von diesen unterschiedlichen Besuchern, fokussiert die Konzeption der Ausstellung die Schaffung eines sinnlichen Erlebnisses, bei dem weniger die Vermittlung von Informationen im Vordergrund steht, als das Erleben underspüren von Aspekten rund um die Ausstellungsthematik Ernährung. Für den hier zu skizzierenden Kontext besteht die Idee der Konzeption der Ausstellung darin, dass sich der Ausstellungsraum dem Besucher wie ein Kaleidoskop zum

Thema Ernährung darbieten soll und innerhalb dieses Ausstellungsrahmens kuratierte Objekte gezeigt werden, beispielsweise kostbare Essbestecke und Preziosen aus dem 16. und 17. Jahrhundert.

Die Dauer der fiktiven Ausstellung wird für drei Monate festgesetzt, womit es sich also um eine temporäre Ausstellung handelt. Angesiedelt wird die Ausstellung in einer ehemaligen, bis dahin leer stehenden Brauerei, die zum ersten Mal für die Allgemeinheit zugänglich gemacht wird. Als Initiator der Ausstellung ist ein in mehrerlei Hinsicht motivierter, einflussreicher Politiker vorstellbar, der mit dem Messedirektor der Stadt auf den Erhalt der Brauerei als »Landmarke« setzt und ihre Restaurierung und die Einrichtung einer Ausstellungshalle nebst Konferenzräumen und Gastronomie vorantreiben möchte. Durch die Schaffung eines prosperierenden »Wahrzeichens« soll der Imagewandel der aufstrebenden Region unterstützt werden.

Die Architektur

Das leer stehende Brauereihochhaus ist folgendermaßen zu imaginieren: Unsere fiktiv als Ausstellungsstätte dienende Brauerei wurde in den 1920er Jahren als streng rechtwinkliger Zweckbau aus Stahlbeton konzipiert, der aus einem 80 Meter hohen Hauptturm besteht, welcher durch einen dreistufigen gitterförmigen Aufbau gekrönt wird. Dieser mächtige Hauptteil des Gebäudes wird flankiert von zwei symmetrisch angeordneten Seitenschiffen, die jedoch nur zwei Drittel seiner Höhe einnehmen. Die Fassade unseres Gebäudes ist dunkel gefärbt und weist in einem strengen Raster angeordnete Fenster auf, die sich, eingelassen in die riesigen Flächen des mehrteiligen Gebäudes, ausnehmen wie Schießscharten.

Betrachtet man die solchermaßen imaginierte Hülle in Bezug auf ihre sinnlich-affektive Dimension, so muss festgestellt werden, dass sie einen unwirtlichen, abweisenden Eindruck erzeugt.

Gleichzeitig ist die sensationelle Tatsache, dass die Brauerei zum ersten Mal ihre Tore für die Allgemeinheit öffnet, Stadtgespräch. Denn Jahrzehnte prägte das Gebäude das Stadtbild als »verbotener Ort«, der ausschließlich den dort beschäftigten Menschen vorbehalten war und mit der Ausstellung wird der breiten Bevölkerung erstmalig ermöglicht, Vorstellungen und Mutmaßungen über diesen Ort mit der Realität abzugleichen.

Der Innenraum der fiktiven Brauerei ist folgendermaßen zu beschreiben:

Die Brauerei besteht aus riesigen Hallen, deren Wandflächen mit einem hohen Fliesenspiegel versehen sind. Auf diesen Wänden laufen Rohrleitungen und Versorgungsschächte entlang. In einem der Hauptsäle befinden sich leere Becken von stattlichem Ausmaß, in denen einst Bier gebraut wurde und die einen nicht zu ignorierenden Sogeffekt erzeugen.

Bei der Betrachtung der sinnlich-affektiven Merkmale des solchermaßen beschriebenen Innenraums muss festgestellt werden, dass die große Weite und erschreckende Höhe des Innenraums, der für den arbeitenden und nicht für den flanierenden Menschen entwickelt wurde, eine beklemmende und beunruhigende Leiberfahrung erzeugt. Durch die fiktiven Inszenierungsmittel wird diese Wirkung noch gesteigert, indem Teile des Gebäudes dramatisch beleuchtet und Animationen auf die Wände projiziert werden.

Die folgende Bemerkung ist der Beschreibung des Innenraums hinzu zu fügen: Der fiktive Innenraum gehorcht den Gesetzen der Produktion: Eine passable Raumführung ist in dem Gebäude schwerlich zu erzeugen, das Raumklima ist kühl und feucht, denn unsere Brauerei verfügt über keinerlei Heiz- und Klimatechnik und schließlich gibt es lediglich eine improvisierte Infrastruktur, die weder Fahrstühle, noch eine ausreichende Anzahl von Toiletten aufweist. Die Relevanz der aufgeführten Punkte, die allesamt Gegenstand der Betrachtung der Gebrauchsdimension wären, sind in diesem Szenario jedoch zweitrangig – denn das zentrale Anliegen des hier skizzierten Szenarios ist es nicht, optimale Präsentationsbedingungen zu schaffen. Vielmehr geht es darum, die brachiale Wirkung der Brauerei als kalkulierte affektive Ansprache des Besuchers zu benutzen und ihm ein Wechselbad der Gefühle zu bereiten, die ihn mit »Haut und Haaren« in das Ausstellungsgeschehen verwickeln.

Die Inszenierungsmittel

Zur weiteren Illustrierung des Szenarios sind die fiktiven, eingesetzten Inszenierungsmittel zu erfassen:

Der Eintritt in unsere Ausstellung erfolgt in Kleingruppen. Nachdem die Besucher die Ausstellung betreten haben, werden sie von Dunkelheit und einem Schockmoment empfangen: Während die Augen sich langsam an die Dunkelheit gewöhnen und die Leiber in einem hohen gefliesten Schacht geortet werden, ist ein gurgelnder Laut zu vernehmen und aus einer Höhe von 30 Metern stürzt eine dramatisch beleuchtete Kaskade von Wasser in Richtung Besucher. Begleitet von reichlich Spritzwasser wird dieser Wasserfall von einem Becken

aufgefangen, aus dem animierte Sätze über den Fußboden mäandern, die den Besuchern Botschaften über die Bedeutung des Wassers für die Ernährung geben und sie gleichzeitig in den nächsten Ausstellungsbereich leiten.

Mit sinnlich ähnlich starker Qualität wie das geschilderte Entree unserer Ausstellung sind auch die weiteren Ausstellungseinheiten gestaltet. Durch eine geschickt entwickelte Dramaturgie und eine Ansprache auf allen Sinneskanälen wird durch Überraschungsmomente auf der Gefühlsklavatur der Besucher gespielt, und so wechseln sich »Schockmomente« mit entspannten wohligen oder witzigen Situationen ab.

Die weitere Darstellung der Inszenierung der Ausstellung erfolgt an ihrem erdachten Kulminationspunkt, der das »Schlaraffenland des 21. Jahrhunderts« genannt werden soll. Diese fiktive Inszenierung ist jedoch nicht an den Archetyp des Schlaraffenlandes angelehnt, in dem gebratene Gänse durch die Luft fliegen, Schweine mit Gabeln im Rücken zum Verzehr ihres Fleisches auffordern und Zäune aus Lebkuchen die Wege flankieren. Vielmehr hat unser inszeniertes Schlaraffenland des 21. Jahrhunderts die Anmutung eines verschwenderischen Wellness-Spa's:

In der Mitte des Raumes befindet sich ein Brunnen, der an einen kleineren Nachbau des spätbarocken, opulenten Trevi-Brunnens erinnert und mit zahlreichen Fabelwesen des Meeres ausgestattet ist. Die Beleuchtung des Szenarios ist stimmungsvoll, geradezu feierlich. Harmonische Klänge in einer angenehmen Lautstärke sind zu vernehmen; Bilder von sich bewegendem alterslosen, gesunden Menschen schmücken die Wände. Kästen mit Sonnenblumen, Olivensträuchern und die daraus gewonnenen Lebensmittel sind über den Raum verteilt. Der Geruch von frisch gebackenem Brot, welches in einem tönernen Ofen zubereitet wird, erfüllt den Raum. Ausladende Chaiselongues und üppige Sofas laden den Besucher ein, zu verweilen.

In einem weiteren Teil dieser Ausstellungseinheit befindet sich ein Esssalon, in dem sich ein festlich gedeckter Tisch befindet, der von beiden Seiten von aufwändig gearbeiteten Vitrinen gesäumt wird. Sie beherbergen kostbare Essbestecke und Preziosen aus dem 16. und 17. Jahrhundert. Diese Inszenierung betont nicht das einzelne Objekt, sondern vielmehr das gesamte Ensemble, in dem die kuratierten Objekte und Inszenierungsmaßnahmen nicht auseinander dividiert werden, sondern zu einer Gesamtinszenierung verschmelzen.

Interne kommunikative Gestaltungsmittel der Ausstellung

Das vorgestellte Szenario fokussiert die Schaffung eines intensiven Erlebnis des Besuchers und setzt statt auf ein durchgängiges Textkonzept auf den sporadischen Einsatz von Texten: So wird auf einen einleitenden Text zur Ausstellung gänzlich verzichtet, einführenden Texte zu den unterschiedlichen Ausstellungseinheiten werden sporadisch angeboten und lediglich detaillierte Texte zu den Ausstellungsobjekten werden durchgängig eingesetzt.

Parallel zu diesen auf Papier gedruckten Texten, die als interne kommunikative Gestaltungsmittel unserer Ausstellung imaginiert werden sollen, werden partiell animierte Schlagwörter und Textfragmente eingesetzt, die über die hohen Wände des Innenraums und nachts sogar über die Hülle der Brauerei »fließen«. Als Orientierungssystem der imaginierten Ausstellung dienen die schon erwähnten mäandernden Wörter, die auf den Boden der Ausstellung projiziert sind. Durch unterschiedlich farbiges Licht kennzeichnen sie die diversen Bereiche der Ausstellung.

Sowohl das beschriebene Textkonzept als auch das Orientierungssystem unserer Ausstellung verfolgen weniger das Gestaltungsziel, eine klare Orientierung zu erzeugen, sondern vielmehr eine sinnlich-spielerische und explorative Entdeckungsreise der Besucher zu ermöglichen.

Externe kommunikative Gestaltungsmittel

Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel des hier beschriebenen Szenarios sind an Hand eines imaginierten Gestaltungsmittels – des Ausstellungsplakats – zu beschreiben:

Im Sinne des formulierten Kontexts der Ausstellung ist die Hauptbotschaft des fiktiven Plakats, dass die Brauerei erstmalig ihre Tore für die Allgemeinheit öffnet. Diese Botschaft wird kommuniziert, indem das Plakatmotiv vollflächig, ein in monochromen pink gehaltenes, abstrahiertes, grobkörniges Bild der Brauerei zeigt, auf dem die Konturen der Brauerei und ihr geöffnetes Tor in einem satten Maigrün abgebildet werden.

Die Brauerei wird von einer Korona umgeben, die aus Konturenzeichnungen zu Objekten der Ausstellung besteht und neben dieser Darstellung ist ein prägnanter Slogan aufgeführt, der dazu auffordert die Ausstellung zu besuchen. Sowohl die Konturenzeichnungen der Objekte, als auch die Schriftfarbe sind ebenfalls in Maigrün gehalten und mit einer schwarzen Outline ausgestattet. Betrachtet man das solchermaßen imaginierte Plakat in Bezug auf seine sinnlich-affektive Wirkung, so muss festgestellt werden, dass durch die komple-

mentäre Farbgebung eine vibrierende und lebendige Spannung erzeugt wird, die Aufmerksamkeit erzeugt.

Zusammenfassung

Das imaginierte Szenario analysiert eine Ausstellung, aus deren Kontextbedingungen die Gestaltungsaufgabe/ das Gestaltungsziel abgeleitet wurde, durch die Fokussierung der sinnlich-affektiven Dimension eine Gesamtinszenierung zu schaffen, die mehrere Sinne des Besuchers gleichzeitig anspricht und ihn regelrecht »eintauchen« lässt in das Ausstellungsgeschehen.

Betrachtet man die fingierte Ausstellungsgestaltung in Bezug auf die Verarbeitung auf dem visceral level des Besuchers, so kann angenommen werden, dass die in Szene gesetzte kathedralenhafte Höhe, Weite und Tiefe der Architektur, der krasse Wechsel von Dunkelheit und Licht, die harmonischen Klänge und der Wohlgeruch des frischgebackenen Brots eine starke Affektbildung beim Besucher provozieren. Gewissermaßen wird der Besucher in einen emotionalen Taumel versetzt, der bewirkt, dass er die Ausstellung nicht denkend, sondern fühlend erfasst.

3.3.2 // SZENARIO_2: »DIE DIENENDE AUSSTELLUNGSGESTALTUNG« – FOKUSSIERUNG DER GEBRAUCHSDIMENSION

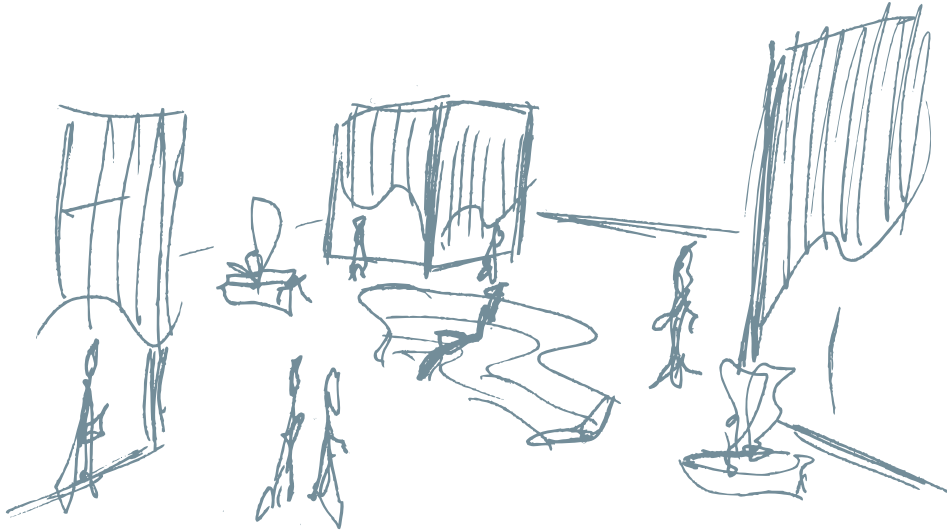


Abb.17: Szenario 2: Innenraum

Thema der Ausstellung

»Ernährung der Industrienationen im 21. Jahrhundert«

Kontext der Ausstellung

Die angesprochene Zielgruppe unserer Ausstellung soll aus Schülern, Eltern und Lehrern bestehen. Die inhaltliche Zielsetzung der fiktiven Ausstellung soll darin bestehen, über die Bedeutung der Ernährung für die Gesundheit des Menschen zu informieren und mit Mythen und Halbwissen rund um das Thema Ernährung aufzuräumen. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass immer mehr Schüler übergewichtig sind und motorische Beeinträchtigungen aufweisen und gleichzeitig ein vermehrtes Auftreten von Essstörungen wie Anorexie und Bulimie verzeichnet wird. Die vermittelten Inhalte sollen auf den Alltag der angesprochenen Zielgruppe bezogen werden, Anregungen für die tägliche Ernährung und die Notwendigkeit von Bewegung geben, sowie gängige Schönheitsideale in Frage stellen, wobei der »erhobene pädagogische Zeigefinger« vermieden wird.

In unserer Ausstellung werden zahlreiche kuratierte Objekte eingesetzt, unter anderem historisches Essgeschirr und Kochbücher, Miederwaren oder Präparate von menschlichen Zellen und Organen, sowie historische anatomische Modelle. Zur besseren Anschauung komplexer Prozesse werden in der Ausstellung auch

dynamische und interaktive Exponate sowie diverse Medieneinheiten eingesetzt, wobei letztere für vertiefende Recherchen des Besuchers zur Verfügung stehen.

Durch diese imaginierten vielschichtigen Zugänge zur inhaltlichen Thematik unserer Ausstellung sollen die unterschiedlichen Besucherbedürfnisse der Schüler, Eltern und Lehrer berücksichtigt werden.

Die fiktive Ausstellung soll in einem neu errichteten Familienzentrum mit Modellstatus und überregionaler Bedeutung für mehrere Jahre zu sehen sein. Das inhaltliche Konzept der Ausstellung ist unter der Mitarbeit von Lehrern erarbeitet worden und ist verzahnt mit dem Biologie-, Sport- und Hauswirtschaftsunterricht. Hierbei wird die Ausstellung als außerschulischer Lernort begriffen, in dem die Schüler ihre Recherchefähigkeit erproben und sich in Kleingruppen eigenständig Wissen aneignen, welches dann wiederum in den Unterricht eingebaut wird.

Die Architektur

Das neu erbaute Familienzentrum, in dem das Szenario räumlich angesiedelt wird, ist folgendermaßen zu beschreiben:

Das Gebäude befindet sich in zentraler Lage, die gut an den öffentlichen Nahverkehr angebunden ist. Die eindeutige, barrierefreie Zugänglichkeit des Gebäudes erfolgt über einen öffentlichen Platz, auf dem ein künstlicher Wasserlauf und Sitzbänke zum Verweilen einladen. Die Fassade des Gebäudes öffnet sich in Richtung des Platzes durch ein großzügiges, liches Foyer, von dem ein Teil durch eine von außen direkt begehbare Cafeteria eingenommen wird. Betritt man das Gebäude über das Foyer, so eröffnet sich eine sternförmige Verteilung der unterschiedlichen Raumeinheiten, wie Beratungs- und Verwaltungsräumen des Familienzentrums, Garderobe, Toiletten und Eingang zu der hier zu imaginierenden Ausstellung.

Der rechteckige Ausstellungsraum ist angenehm dimensioniert, die Wände sind weiß gestrichen und auf dem Fußboden ist Industrieparkett aus Buchenholz verlegt worden. Der Innenraum unserer Ausstellungsstätte wird von zwei horizontal angeordneten Glasbändern durchschnitten. Hierbei läuft ein Band auf Augenhöhe des Betrachters und ermöglicht einen Ausblick auf den vor dem Familienzentrum befindlichen Platz, während das gegenüberliegende Glasband unmittelbar unter der Decke des Ausstellungsraums verläuft und die Funktion eines Oberlichts übernimmt.

Betrachtet man die beschriebenen Reizqualitäten der imaginierten Familienbildungsstätte mit einer Fokussierung des Verarbeitungsprozesses in Bezug auf Aspekte des Gebrauchs, so kann man feststellen, dass durch die offene Zugänglichkeit des Gebäudes, seine gut ausgebildete Infrastruktur und Raumfolgen eine selbstverständliche Nutzung durch den Besucher erfolgen kann. Diese Wirkweise ist ein wichtiger Bestandteil des hier geschilderten Szenarios. Die Aufgabe der Gestaltung des Innenraums liegt bei diesem Szenario nicht darin, über eine starke sinnlich-affektive Ausprägung der formalästhetischen Merkmale den Besucher in Spannung zu versetzen und so seine komplette Aufmerksamkeit zu vereinnahmen. Vielmehr sind die Gestaltungsmittel mit einer starken Fokussierung der Gebrauchsdimension entwickelt worden, deren Aufgabe darin besteht, die Begegnung des Besuchers mit den Inhalten und den kuratierten Objekten zu unterstützen und als »Schutzmantel« dieser Begegnung zu wirken.

Die Inszenierungsmittel

Die Gestaltungsmittel der Inszenierung des Szenarios sind folgendermaßen vorstellbar:

Der Innenraum der Ausstellung wird durch vier quadratische Kuben gegliedert, die jeweils eine großzügige vertikale Aussparung aufweisen, durch die man in ihr Inneres gelangen kann. Die Kuben sind weiß beschichtet und weisen in Kopfhöhe des Betrachters horizontal angelegte Schlitze auf, die mit orangefarbenen Plexiglas geschlossen sind, wodurch von außen Teilausschnitte der Köpfe und Körper der Besucher zu erkennen sind. Werden die Kuben betreten, so gehen von außen zwei Lampen an, die den Eingang flankieren. Die vier Bauten dienen als sogenannte »Labore« in denen sich bis zu sechs Besucher aufhalten können und jeweils einen Versuch zu einer Fragestellung durchführen können. Diese geschlossene Raumsituation der Labore, die eine Bündelung der Aufmerksamkeit unterstützt wird kontrastiert durch die offene Raumsituation des gesamten Ausstellungsraums: hier bieten sich amorphe, farbige Sitzlandschaften dem Besucher an und die einzelnen thematischen Ausstellungseinheiten gruppieren sich um eingesetzte Podeste, die wie »Inseln« im Raum positioniert sind. Diese Podeste haben entweder die Höhe von Tischen und können dann auch als solche benutzt werden oder aber sie variieren in der Höhe und werden für die Präsentation von dynamischen/ interaktiven Exponaten oder kuratierten Objekten eingesetzt.

In unserer Ausstellung ist der Umgang mit den kuratierten Objekten unterschiedlich – sie werden einerseits hinter Glas gestellt, andererseits werden sie

bewusst dem Zugriff des Besuchers freigegeben. Ein erklärtes Ziel der Gestaltung des Szenarios besteht darin, den Besuchern Handlungssicherheit zu vermitteln, indem eindeutig gemacht wird, in welchem Modus sie die Ausstellung erschließen können. Zur Realisierung dieses Vorhabens ist ein einfaches Konzept erdacht worden, welches darin besteht, dass alle kuratierten Objekte die nicht angefasst werden sollen, konsequent hinter Glas gezeigt werden, bzw. so im Raum positioniert werden, dass die Besucher sie nicht erreichen können.

Die internen kommunikativen Gestaltungsmittel

Für die fiktive Ausstellung ist der Einsatz einer ausgefeilten und hierarchisch abgestuften Textkonzeption zu imaginieren:

Im Eingangsbereich findet sich ein einleitender Text zur Ausstellungsthematik, der klärt, um welches Ausstellungsthema es sich handelt, welche Aspekte in der Ausstellung betrachtet werden und es wird die Perspektive geklärt, unter der dies geschehen soll. Der Text benutzt einen für die Zielgruppe der Schüler passenden Stil, ohne jedoch belehrend oder zwanghaft originell zu wirken. Auf einer zweiten Hierarchieebene sind die Texte angesiedelt, die Informationen zu den einzelnen Ausstellungseinheiten beinhalten. Schließlich gibt es noch eine dritte Textebene, die einzelne Exponate oder Versuchsaufbauten kennzeichnet. Die Texte funktionieren so, dass sie nicht aufeinander aufbauen, sondern aufeinander verweisen, welches der Anordnung der Ausstellungseinheiten entspricht, die nicht linear besucht werden müssen.

Die Darstellung der Texte ermöglicht eine gute Lesbarkeit, die durch eine angemessene Zeilenlänge/ Zeilenabstand und durch eine ausreichende Kontrastierung von Schrift und Hintergrund gegeben wird.

Durch die Verwendung einer für die Ausstellung entwickelten Piktogrammserie, die das Ausstellungsgeschehen »kommentierend« begleitet und deren Aussagen informativ oder rein unterhaltsam sein können, ist es auf einen ersten Blick möglich zu erkennen, ob es sich bei dem angebotenen Text um eine Anleitung für die Benutzung eines dynamischen/ interaktiven Modells, um eine Anweisung für einen Versuchsaufbau oder um eine ergänzende Information handelt. Die Texte lassen sich durch eine angemessene Positionierung eindeutig zu den entsprechenden Ausstellungseinheiten bzw. den einzelnen Objekten zuordnen. Zur Erklärung von komplexen Sachverhalten und zur Erzeugung einer spielerischen Komponente werden in der Ausstellung dynamische und interaktive Exponate eingesetzt. Es ist klar erkennbar, dass diese Objekte genutzt werden dürfen und ob sie zum jeweiligen Zeitpunkt der Benutzung auch in einem funktionsfähigen Zustand sind.

Diese Wirkweise kann an einem fiktiven interaktiven Exponat verdeutlicht werden, welches aus einem vermeintlich alten Küchentischgestell besteht, dessen Tischoberfläche ein Touchscreen ist. Auf diesem Touchscreen sind diverse Lebensmittel dargestellt, die über den Tisch gezogen werden können und zu einer Mahlzeit zusammengestellt werden sollen. Dieses kann unter gewissen Schwierigkeitsstufen bzw. Spielstufen geschehen, wie beispielsweise die Zusammenstellung einer 500-Kalorien Mahlzeit oder einer Mahlzeit ohne gehärtete Fette, etc. Hierbei unterstützt das interaktive Modell auch die gleichzeitige Benutzung durch mehrere Spieler, die optional auch in einer Wettbewerbssituation gegeneinander antreten können. Das konzeptuelle Modell, dass für die Nutzung des Tisches entwickelt wurde, ist einfach und konsistent: Es ist die digitale Ableitung einer analogen Tischsituation und so werden beispielsweise ungewünschte Speisen unter Berücksichtigung der hiesigen kulturellen Konvention in den Tischabfall befördert und nicht zurück in die Schalen, auf denen sie serviert werden.

Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel

Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel des hier beschriebenen Szenarios sollen am Beispiel der Website der imaginierten Ausstellung vorgestellt werden:

Die Ausstellungswebsite zeigt auf ihrer Indexseite als Teaser eine Auswahl von Polaroidfotos von Schülern in der Ausstellung, die regelmäßig aktualisiert werden. Zugleich findet man hier auch die vier Hauptmenüpunkte: Ausstellung// Information// Download- Bereich// Forum// Links. Die komplette hierarchische Struktur der Website kann auf einen Blick über die Sitemap erkannt werden. Die unter dem Hauptmenü versammelten Inhalte der Website sind sehr gut strukturiert und prägnant formuliert. So findet sich unter dem Menüpunkt »Ausstellung« eine vorbildliche Kurzbeschreibung der einzelnen Ausstellungseinheiten. Sämtliche Informationen zu organisatorischen Fragen, zu dem die Ausstellung begleitenden Rahmenprogramm werden unter dem Menüpunkt »Informationen« beantwortet. Hier werden auch die Mitarbeiter des Familienzentrums, die die Ausstellung betreuen mit Fotos vorgestellt und es besteht die Möglichkeit, sie direkt via E-Mail zu kontaktieren. Als sehr hilfreich für die enge Zusammenarbeit mit den Schulen und für die Bereitstellung von Informationen für die Eltern kann der Download-Bereich der Website betrachtet werden, in dem einschlägige Literatur rund um die Ausstellungsthematik im pdf-Format verfügbar gemacht wird. Schließlich soll noch das Forum erwähnt werden, in

dem Beiträge von Schüler und Lehrer zu einzelnen Ausstellungsaspekten veröffentlicht werden können.

Die hier vorgestellte Gestaltung der Website fügt sich konsistent in das bisher vorgestellte Szenario und seine verfolgte Gestaltungsstrategie ein: Durch den klar strukturierten Aufbau der Website und die sinnstiftende Kategorisierung von Inhalten wird ein schnelles Auffinden von Informationen möglich, die der dem Medium Internet geschuldeten Aktualität genüge tun. Durch die Abbildung der Schüler auf der Indexseite wird ein direkter Bezug zur angesprochenen Zielgruppe hergestellt. Der aktive Charakter der Ausstellung und die enge Verzahnung zwischen den Schulen und dem außerschulischen Lernort Ausstellung wird von der Website unterstützt, indem den Besuchern die Möglichkeit gegeben wird, dieses Medium um eigene Beiträge zu erweitern.

Zusammenfassung

Das fingierte Szenario sollte zeigen, wie es sich auf eine Ausstellung auswirken würde, wenn die Aufgabe der Ausstellungsgestaltung darin bestünde, mit einer Fokussierung der Gebrauchsdimension den Besuchern optimale Rezeptionsbedingungen zu schaffen, um so der Kontextbedingung »die Ausstellung als Lernort« gereicht zu werden. Betrachtet man den Verarbeitungsprozess des *behavioral levels* der formalästhetischen Elemente der fingierten Ausstellungsgestaltung in Bezug auf Aspekte ihres Gebrauchs, so kann festgestellt werden, dass durch die klare Kennzeichnung der Modi, in denen der Besucher sich die Ausstellung erschließen soll, durch eine eindeutige Zuordnung von Texten und kuratierten Objekten und durch die prägnanten Raumfolgen, die Voraussetzungen zum »effektiven Handeln« des Besuchers gegeben werden. Somit wird eine wichtige Bedingung zur Frustrationsvermeidung gegeben, die als Voraussetzung dafür anzusehen ist, dass der Besucher positive Gefühle wie Zufriedenheit oder Freude beim Gang durch die Ausstellung entwickeln kann.

3.3.3 // SZENARIO_3: »DIE ASSOZIATIVE AUSSTELLUNGSGESTALTUNG« – FOKUSSIERUNG DER SEMANTISCHEN DIMENSION

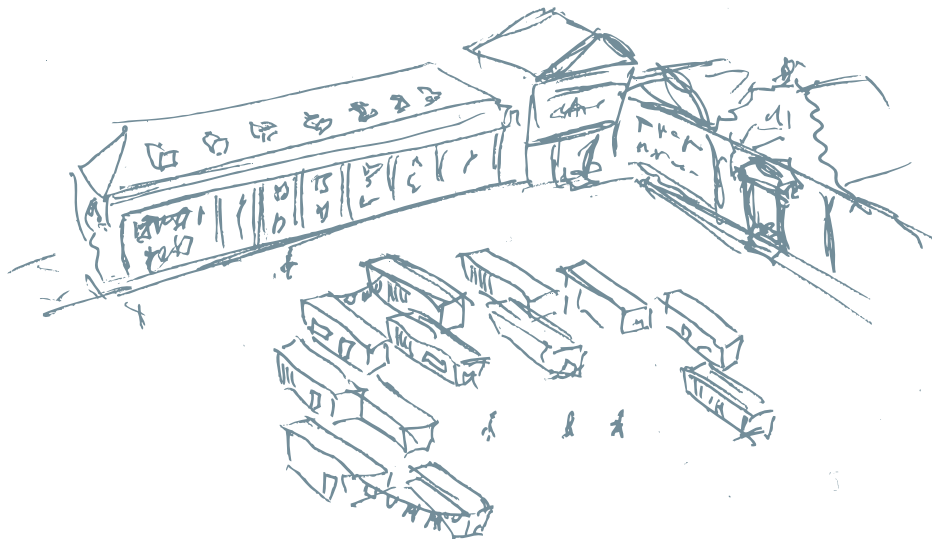


Abb.18: Szenario 3: Architektur

Thema der Ausstellung

»Ernährung der Industrienationen im 21. Jahrhundert«

Kontext der Ausstellung

Die fiktive Ausstellung ist als Wanderausstellung konzipiert. Die Initiatoren der Ausstellung sollen aus Verantwortlichen eines völkerkundlichen Museum und mehreren Stiftungen zur Entwicklungshilfe und Agrarforschung, die als Projektgruppe firmieren, bestehen.

Die inhaltliche Zielsetzung unserer Ausstellung besteht darin, das Beziehungsgeflecht der Ernährungsgewohnheiten der westlichen Industrienationen und der Anbau- und Produktionsbedingungen der Erzeugerländer zu beleuchten. Ziel des Projektteams ist es nicht, in Dichotomien von gut und böse, schwarz und weiß zu denken und den Besuchern vorgefertigte Statements zu liefern; vielmehr wird die Ausstellung als Angebot für den Besucher begriffen, seine eigene Position zu bestimmen. Durch die bewusst mehrfach angelegte Lesart der Ausstellung soll sie eine heterogene Zielgruppe, basierend auf dem Kenntnisstand des einzelnen Besuchers, befähigen, sich mit den gezeigten Inhalten auseinanderzusetzen.

Für den hier zu skizzierenden Kontext soll zudem festgelegt werden, dass die in der Ausstellung gezeigten kuratierten Objekte zu Teilen aus der Sammlung des Völkerkundlichen Museums bestehen und Produktionsgeräte, typische Kleidungsstücke und biologische Präparate umfassen.

Die so beschriebene Wanderausstellung ist von Museen und Instituten buchbar und ist auf deren Gelände in einer eigens für die Wanderausstellung konzipierten demontierbaren Architektur zu besuchen. Zur Komplettierung des hier erdachten Kontexts soll die zu analysierende Ausstellung auf dem Gelände eines Museums zu sehen sein, welches sich dem Thema »Mensch und Gesundheit« verschrieben hat und in einem repräsentativen, neoklassizistischen Gebäude angesiedelt ist, das zu Beginn des 20. Jahrhunderts errichtet wurde.

Die Architektur

Als Behausung für unsere Wanderausstellung sind eine Reihe von Containern entwickelt worden, die als kreisähnliche Formation teilweise verbunden, teilweise einzeln auf dem Gelände des Museums stehen und eine gute Zugänglichkeit ermöglichen. In die einzelnen Container sind Türen und Oberlichter eingelassen, sowie unregelmäßig angeordnete horizontale und vertikale Schlitze, die mit feinen Lochblechen bündig zu den Containerflächen verkleidet sind. Alle eingesetzten Container sind in einem hoch gesättigten Gelb lackiert.

Betrachtet man die formalästhetische Ausprägung der solchermaßen gestalteten Container in Bezug auf die Wirkung ihrer semantischen Dimension, so kann festgestellt werden, dass die Container zunächst Assoziationen an willkürlich abgestellte Schiffscontainer oder ein Forschungscamp provozieren. Lässt man dann den Blick zwischen den Freiflächen der Container schweifen, so entdeckt man Saatkästen und Beschriftungstafeln, aber auch Kleidungsstücke, die auf einer Leine hängen, Kinderspielzeug und Reste von Lebensmitteln. Setzt man diese Inszenierungsmittel in Verbindung zu der Architektur, so eröffnen sie ein Feld von Assoziationen, die Bezüge zu agrarischen Forschungsstätten, Flüchtlingscamps, aber auch zu illegalen Flüchtlingstransporten auf Containerschiffen erzeugen. In einem krassen Spannungsverhältnis steht die Betrachtung des solchermaßen gedeuteten Containers zu der Hülle des fiktiven Museums, auf dessen Gelände unsere Ausstellung stattfindet: Repräsentiert das im Stil des Neoklassizismus erbaute Museum doch jenen Geist, mit dem die imperialistische westliche Welt die Ordnung der Staatengefüge nach ihrem Willen formte.

Die Inszenierungsmittel

Die Inszenierungsmittel des Szenarios sind an der folgenden imaginierten Ausstellungseinheit zu beschreiben:

Nach dem Betreten des Containers, in dem die Ausstellungseinheit angesiedelt ist, gelangt man in einen Raum, dessen Wände mit der fotorealistischen Darstellung eines Feldes vor einem tropischen Wald tapeziert sind. Partiiell vor den Wänden sind flache rechteckige Behälter aufgestellt, die mit Erde gefüllt sind und auf denen Ackergerätschaften wie Sensen, Haken und Spaten liegen, sowie Körbe und Tücher zu sehen sind. Dieses Ensemble bildet kein sorgfältig angeordnetes Arrangement; vielmehr wirken die kuratierten Objekte wie zufällig abgelegt. Auf dem Boden liegt Kunstrasen, in dessen Mitte ein reichlich mit Perlmutter verziertes Podest steht. Hierauf ist ein Tisch positioniert, der mit einer fein schimmernden Stoffdecke überzogen ist, auf der Teller aus feinwandigem Porzellan mit Speiseresten liegen, Silberbesteck, ein Mobiltelefon, ein Ring und Espressotassen. Über einer der Lehnen der um den Tisch stehenden Stühle hängt eine Jacke. Dieses Tischszenario wird beleuchtet von einem Lüster, der unter einem Baldachin hängt. Durch den ganzen Raum hindurch vernimmt man ein Zirpen, welches sich rhythmisch wiederholt und an Grillen oder andere Insekten erinnert.

Fokussiert man die Inszenierungsmittel in Bezug auf ihre semantische Dimension, so kann bei der Betrachtung des Tischszenarios zunächst festgestellt werden, dass alle dort versammelten Objekte Exklusivität und ein »savoir vivre« konnotieren. Vergleicht man dieses Tischszenario mit den archaisch anmutenden kuratierten Objekten, die vor der Feld- und Wiesenlandschaft zu sehen sind, so scheinen diese schwerlich aus einem identischen Zeitgeschehen zu stammen. Wie also ist diese Gegenüberstellung von Feld- und Tischlandschaft in Beziehung zu setzen? Findet diese Gegenüberstellung in einem kulturellen Kontext statt oder spielt sie auf das Verhältnis unterschiedlicher Kulturen an? Findet die Gegenüberstellung in einem zeitlichen Kontext statt, oder liegt der zeitliche Bezugspunkt der Feld- und Wiesenlandschaft in der Vergangenheit? Oder versinnbildlicht die Szenerie die Gegensätze der Lebensumstände unterschiedlicher gesellschaftlicher Schichten?

Interne kommunikative Gestaltungsmittel der Ausstellung

Die ausgewählten Texte und deren Gestaltung unterstützen die angestrebte mehrdeutige Auslegung des imaginierten Szenarios. Die übliche Unterteilung in

Einführungs-, Themen- und Objekttext wird vermieden und stattdessen bestehen die eingesetzten Texte überwiegend aus Primärquellen unterschiedlicher Provenienzen wie: poetische Schriftstellertexte, die fremde, tropische Kontinente beschreiben, ethnografische Schilderungen zu den kulturellen Bräuchen verschiedener Kulturen und Erklärungen zu den gezeigten Ackergeräten, politische Statements von afrikanischen Stammesfürsten und Staatsoberhäuptern sowie historische Quellen aus den Zeiten des Imperialismus.

Diese vielfältigen Texte sind zum einen tabellarisch dargestellt auf feinliniertem Papier und zum anderen verbergen sie sich in der Feld- und Wiesenlandschaft der Wände des Innenraums. Betrachtet man diese Landschaft aufmerksam, so erkennt man, dass einige der vermeintlichen Baumkronen aus geschickt floral gesetzten Texten bestehen, die die poetischen Schilderungen zweier Schriftsteller über die abgebildete Landschaft darstellen.

An zwei Stellen sind Schlitz in die Wand eingelassen, in die die Ausstellungseintrittskarten eingeführt werden können. Allerdings wird diese Nutzungsmöglichkeit nicht explizit ausgewiesen, sondern muss durch Entdeckerlust, Kombinationsgefühl und ein Quäntchen Kühnheit ausprobiert werden. Nach der Einführung der Eintrittskarte in den Wandschlitz, öffnet sich eine Klappe hinter der sich ein Computer verbirgt, der mehrere Dokumente zur Ansicht bietet. Diese zeigen eine Auflistung großer Konzerne und ihre Patentaufträge von Saatgut für Lebensmittel und Energiepflanzen bei der Weltpatentbehörde (WIPO). Wird der Computer nicht benutzt, verschließt sich die Klappe nach einem kurzen Moment automatisch, wodurch der konspirative Akt, der die ganze Szene begleitet, komplettiert wird.

Zieht man an dieser Stelle ein Fazit über die hier beschriebene Beschaffenheit des Gestaltungsmittel »Text«, so muss folgendes konstatiert werden:

Die Inhalte der Texte umreißen unterschiedliche Aspekte des Ausstellungsthemas, sie entziehen sich jedoch eines schnellen Verständnisses und einer eindeutigen Zuordnung zu den kuratierten Objekten und der Inszenierung. Die formalästhetischen Merkmale der Gestaltung ermöglichen vielfältige Assoziationen zu der Ausstellungsthematik – so ermöglicht der Textsatz als florales Element einen direkten Bezug zu den poetischen Landschaftsbeschreibungen. Die tabellarische Darstellung der Texte hingegen scheint die übliche Inventarliste zu referenzieren und legt Verweise auf exportierte Güter nahe, ebenso konnotieren diese Listen aber auch ein penibles Erfassen von Informationen und wirken somit gleichsam auf einer Metaebene als die Stückliste der Ausstellung. Mit diesem breiten Feld an Assoziationsmöglichkeiten, welches in Bezug auf die Betrachtung der

semantischen Dimension der Objektmerkmale des hier imaginierten internen kommunikativen Gestaltungsmittels »Text« festgestellt werden kann, wird das Ziel unserer Ausstellung unterstützt, dass die Besucher aus den vielfältigen Deutungsansätzen ihre individuelle Position zur Ausstellung finden sollen.

Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel

Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel unserer Ausstellung sind am Beispiel des fiktiven Signets vorzustellen:

Das Signet besteht aus einer Anordnung vertikaler schwarzer Linien in unterschiedlicher Konturenstärke, die an ihrem unteren Ende in einer horizontalen Anordnung Ziffern aufweisen, die zusammen gelesen, die Dauer der kompletten Tournee der Wanderausstellungen angeben. Der Name der Ausstellung ist in die Linien »gestanzt« und wird begleitet von verschiedenen »Durchschüssen« bzw. länglichen Schlitten.

Betrachtet man die formalästhetischen Elemente des solchermaßen imaginierten Signets in Bezug auf die semantische Dimension, so ist der Bezug zu einem Barcode als binäre Darstellung von Herstellerdaten auf Produkten, nahelegend. Im Kontext des Ernährungsthemas des hier imaginierte Szenarios konnotiert das Signet den reibungslosen, hochtechnisierten Ablauf der Nahrungsmittelproduktion und Distribution weltweit operierender Großkonzerne; es konnotiert »Verschlüsselung« und Macht über Daten. Der dargestellte Barcode ist jedoch fragmentiert, ausgestanzt, zersetzt und so seiner Funktionsfähigkeit beraubt. Hier öffnet sich ein Assoziationsfeld zur fiktiven Ausstellungsthematik, welches vielfältige Bezüge ermöglicht und banalen Erkenntnissen wie die Verletzbarkeit der Industrienationen bis zu konspirativen Verschwörungstheorien Platz einräumt.

Zusammenfassung

Dem imaginierte Szenario wird die Zielsetzung einer mehrfach assoziativen Lesart als Kontextbedingung zu Grunde gelegt. Mit der Analyse der imaginierten Ausstellungsgestaltung unter Fokussierung ihrer semantischen Dimension wird dargelegt, wie die Ausprägung der formalästhetischen Merkmale basierend auf den kulturellen Standards »gelesen« wird und so die Konstruktion von Bedeutung des Besuchers zwischen den einzelnen Gestaltungsmitteln aber auch zwischen den Gestaltungsmitteln und den kuratierten Objekten bestimmt. Betrachtet man die formalästhetischen Merkmale der imaginierten Ausstellung in Bezug auf die Verarbeitung auf dem reflective level des Besuchers, so kann

davon ausgegangen werden, dass ihre Ausprägung so beschaffen ist, dass sie sich einer eindeutigen Deutung entziehen. Vielmehr ermöglichen sie dem Besucher, vielfältige Assoziationen und Bedeutungsbezüge herzustellen und eine eigene Position zu den Inhalten der Ausstellung zu beziehen.

3.4 // AUSWAHL EINER REAL ZU ANALYSIERENDEN AUSSTELLUNG

Mit Hilfe der drei Szenarien sollte zum einen aufgeführt werden, wie unterschiedlich die Kontextbedingungen zu einem identischen Ausstellungsthema formuliert werden können und es sollte des Weiteren demonstriert werden, wie sich diese jeweiligen Kontextbedingungen auf die dimensionale Ausprägung der Gestaltungsmittel auswirken. Wie in dem Abschnitt 3.3 schon erwähnt wurde, wird jedoch eine derart einseitige und konsistente dimensionale Gewichtung aller Gestaltungsmittel bei einer realen Ausstellung nicht vorzufinden sein.

Deshalb soll in einem nächsten Bearbeitungsschritt die Laborsituation verlassen werden und das Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Betrachtung von Ausstellungsgestaltung unter realen Bedingungen erprobt werden. Zunächst muss entschieden werden, ob das Beschreibungssystem an mehreren Ausstellungen getestet werden soll – welches zur Folge hätte, dass auf Grund der hohen Anzahl von zu betrachtenden Gestaltungsmitteln jeweils nur eine kurze und selektive Analyse einer Ausstellung erfolgen könnte – oder ob das Beschreibungssystem ausführlich an einer einzelnen Ausstellung erprobt werden soll. Die Entscheidung fällt zu Gunsten der ausführlichen Analyse einer Ausstellung aus, worin der Vorteil gesehen wird, dass eine große Ausstellung ausgewählt werden kann, mit einem komplexen Gefüge an Gestaltungsmittel, deren detaillierte Untersuchung die Tragfähigkeit des Beschreibungssystems herausfordern. Als geeigneter Analysegegenstand fällt die Wahl auf die Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin – eine Wahl, für die die folgenden Aspekte ausschlaggebend sind:

Zunächst ist die für die deutsche Gesellschaft sensible Thematik der Jüdischen Geschichte der deutschen Juden zu nennen, deren Verdichtung und Aufarbeitung als Ausstellung zwangsläufig in einem brisanten Spannungsfeld von politischer Verantwortung und persönlichen Profilierungsbestrebungen diskutiert

wurde⁵¹: Hierbei reizt die Autorin besonders, festzustellen, welche öffentlichen Zielsetzungen das Museum gewissermaßen als Kontextbedingung formulierte und mit welchen mehrdimensionalen Gestaltungsstrategien diese umgesetzt werden.

Weiterhin provoziert die Feststellung, dass das von Daniel Libeskind entworfene Hauptgebäude – noch leerstehend – rund 400.000 Besucher anlockte⁵², die Frage, welche Rolle der Dauerausstellung in einem solchermaßen spektakulären Gebäude zuteil werden kann: Konkurrieren oder ergänzen sich die Architektur und die Inszenierung der Dauerausstellung?

Schließlich fühlt sich die Autorin durch die Plakatkampagne des Jüdischen Museums mit dem Claim: »Nicht das, was Sie erwarten«, geradezu persönlich aufgefordert, mit dem von ihr entwickelten Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Betrachtung von Ausstellungsgestaltung zu untersuchen, mit welchen Gestaltungsstrategien die Dauerausstellung des Jüdischen Museums versucht, einen »unverwechselbaren Merkort« zu schaffen.

4 // ANALYSE DER DAUERAUSSTELLUNG DES JÜDISCHEN MUSEUMS BERLIN

⁵¹ /// Siehe hierzu: Lackmann (2000)

⁵² /// Der »Libeskind-Bau« wurde am 23. Januar 1999 eröffnet und die Dauerausstellung des Jüdischen Museums am 09. September 2001

4.1 // DARSTELLUNG DER VORGEHENSWEISE

Mit der Entscheidung, das Beschreibungssystem zur Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung an der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin zu erproben, muss zunächst geklärt werden, wie diese Analyse erfolgen soll.

Wie vorangestellt ausgeführt wurde, ist die Dauerausstellung des Jüdischen Museums auf Grund ihrer Größe und Komplexität ausgewählt worden, um die Tragfähigkeit des Beschreibungssystems zu testen. Grundsätzlich kann beim Besuch einer Ausstellung davon ausgegangen werden, dass alle dort vorzufindenden Gestaltungsmittel und kuratierten Objekte mehr oder weniger gleichzeitig auf den Besucher wirken. Diese Komplexität bedarf jedoch einer Organisation, in eine für den Leser übersichtliche Struktur, die durch die vier gebildeten Gruppen von Gestaltungsmitteln: Architektur/ Inszenierungsmittel/ interne kommunikative Gestaltungsmittel und externe kommunikative Gestaltungsmittel gestellt werden kann, auf die auch schon bei den drei fiktiven Szenarios zurückgegriffen wurde.

Demnach strukturiert sich der Aufbau der Analyse der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin folgendermaßen:

Zunächst werden die relevanten Kontextbedingungen der Dauerausstellung genannt und dem schließt sich die Betrachtung der vier Gruppen von Gestaltungsmitteln an.

Das erklärte Ziel der Analyse besteht nicht darin, jede Variante eines Gestaltungsmittels zu untersuchen, denn ein solches Vorgehen würde jegliches Maß an quantitativer Zumutbarkeit des Lesers überstrapazieren. Stattdessen ist die Aufgabe des Beschreibungssystems darin zu sehen, auf der Basis des Kontexts die neuralgischen Punkte der Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung zu benennen – also jene Gestaltungsstrategien herauszuarbeiten, die charakteristisch sind für die Ansprache der Besucher der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin.

Für die detaillierte Betrachtung der fokussierten Gestaltungsmittel werden diese zunächst mit einem Foto dargestellt und beschrieben. In einem weiteren Schritt werden die so erfassten formalästhetischen Merkmale der Gestaltungsmittel unter einer Fokussierung der drei Beschreibungsdimensionen betrachtet. Schließlich werden in einem abschließendem Fazit die vier analysierten Gruppen von Gestaltungsmitteln und ihre jeweils herausgearbeitete Ausprägung und Gewichtung der Dimensionen miteinander verglichen. Dies geschieht mit dem Ziel

festzustellen, ob und an welcher Stelle sich die Ausprägungen der Gestaltungsmittel blockieren oder sich zu einem konsistenten Gesamtbild ergänzen.

4.2// DARLEGUNG DES KONTEXTS DER DAUERAUSSTELLUNG DES JÜDISCHEN MUSEUMS

Das Jüdische Museum Berlin hat den Status einer bundeseigenen Stiftung des öffentlichen Rechts. Laut Stiftungsgesetz⁵³ besteht die Aufgabe der Stiftung darin: »...jüdisches Leben in Berlin und in Deutschland, die von hier ausgehenden Einflüsse auf das europäische und das außereuropäische Ausland sowie die Wechselbeziehungen zwischen jüdischer und nichtjüdischer Kultur zu erforschen und darzustellen, sowie einen Ort der Begegnungen zu schaffen.« In seinem Grußwort zur Ausstellungseröffnung am 9. September 2001, weist der damalige Staatsminister Nida-Rümelin in Rückgriff auf eine Stellungnahme des Direktors des Museums, Michael Blumenthal, darauf hin, dass es sich bei dem Jüdischem Museum nicht nur um ein wichtiges pädagogisches und didaktisches, sondern auch um ein bedeutendes politisches Projekt handle und ergänzt dies um seine folgenden eigenen Worte: »Es geht um konkrete Lernprozesse, die dem Bereich der politischen Bildung zuzuordnen sind: um Respekt und Anerkennung von Andersheit als Voraussetzung für Demokratie und Kultur.« (Nida-Rümelin 2002: 13).

Im Folgenden sollen die besonderen Bedingungen aufgeführt werden, die den spezifischen Kontext des Jüdischen Museums Berlin definieren:

Inhaltliche Fragestellung

Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums thematisiert die zwei Jahrtausende Jahre andauernde Geschichte des deutschen Judentums. Ihre Erzählung beginnt an dem Punkt, als Juden im Gefolge der römischen Legionen in die germanischen Provinzen kamen und setzt sich bis in die Gegenwart fort. Die Dauerausstellung widmet sich dem Leben der kulturellen Gemeinschaft der deutschen Juden im Kontext der deutschen Geschichte und fokussiert in ihrer Darstellung die nachbarschaftlichen Beziehungen von Juden und Nichtjuden, die Phasen des friedlichen Miteinanders und die der Anfeindungen.

⁵³ /// Aus: Bundesgesetzblatt Jahrgang 2001 Teil 1, Nr. 43, ausgegeben zu Bonn am 22. August 2001

Kuratierte Objekte

Während in vielen Museen Dauerausstellungen dazu genutzt werden, Teile ihrer Sammlung den Besuchern zugänglich zu machen, also schon vorhandene Objekte in eine Inszenierung zu überführen, wurde für die Dauerausstellung des Jüdischen Museums eine andere Vorgehensweise praktiziert:

Hier wurde zunächst ein »narratives Konzept« für die Dauerausstellung beschlossen, d.h. es wurde entschieden, dass die Dauerausstellung als »Geschichte« erzählt wird, die in vierzehn chronologischen »Kapiteln« in Form von Ausstellungseinheiten organisiert werden sollte. Für diese zu erzählende Geschichte wurden dann gezielt weltweit die kuratierten Objekte beschafft, u.a. aus der Sammlung der Jüdischen Abteilung des Berlin Museums.

Diese unterschiedliche Vorgehensweise ist weniger aus einer organisatorischen Perspektive interessant, sondern sagt vielmehr etwas aus über die Bedeutung der kuratierten Objekte in der Dauerausstellung, die nicht aus reinem Selbstzweck ausgestellt werden, sondern weil sie sich eignen, die zu erzählende Geschichte zu illustrieren. Schließlich sind so für die Dauerausstellung 4000 kunst- und kulturhistorische kuratierte Objekte zusammengetragen worden, darunter Briefe, Fotos, filmische und akustische Dokumentationen, bestehend aus Originalen und Repliken.

Zielgruppe

Mit den folgenden Worten beschreibt der Direktor des Jüdischen Museums die Zielgruppe für die das Museum konzipiert wird:

»Wir legen Wert auf die historische Genauigkeit der Ausstellungen und im selben Maße darauf, allen Besuchern mit ihren unterschiedlichen Interessen und Erfahrungshorizonten gerecht zu werden. Ein besonderes Augenmerk gilt den vielen jungen Besuchern, die wir zu gewinnen hoffen. Gleichzeitig stehen denjenigen, die tiefer in die Thematik eintauchen wollen, unsere Archive, das interaktive Rafael Roth Learning Center und die Dependence des Archivs des Leo Baeck Instituts New York für weitergehende Forschungen zur Verfügung.« (Blumenthal 2002: 16)

Finanzielle Mittel

Das Museum, mit seinem autonomen Status als Stiftung des öffentlichen Rechts, wird vom Bund unterstützt und so wurden dem Museum beispielsweise in den Jahren von 2001–2004 jährlich 24 Millionen DM/ 12 Millionen Euro zur Verfügung gestellt.⁵⁴ Zudem ist der ehemalige Finanzminister der Vereinigten Staaten, Michael Blumenthal, der seit 1997 den Posten des Direktors des Jüdischen Museums Berlin bekleidet, sehr erfahren im Fundraising und hat viele Spender für das Jüdische Museum gewinnen können.

Strategische Zielsetzung

In den frühen 1970er Jahren gab es die ersten Bestrebungen, mit der Errichtung eines Jüdischen Museums Berlins an die großen Errungenschaften der deutschen Juden in Berlin vor der Machtübernahme Hitlers zu erinnern. Der letztendlichen Eröffnung des Jüdischen Museums im Jahre 2001 vorangestellt, waren lange und heftige Kontroversen über seinen Standort und seine inhaltliche Ausrichtung.⁵⁵

1988 wurde ein Architektenwettbewerb ausgeschrieben für einen Erweiterungsbau des Berlin Museums, welches im barocken Kollegienhaus im Westteil der Stadt untergebracht war. Die damalige Konzeption für den Erweiterungsbau sah eine Nutzung durch das Berlin Museum und seiner jüdischen Abteilung vor. Den ausgeschriebenen Wettbewerb gewann der Architekt Daniel Libeskind. Noch während der Bauphase entstanden Uneinigkeiten darüber, mit welchem Anteil die jüdische Abteilung den Erweiterungsbau nutzen und weiterhin dem Stadtmuseum unterstehen sollte oder den Status einer eigenständigen Einrichtung verliehen bekommen sollte. Diese strategischen Überlegungen bekamen nach der Wiedervereinigung Deutschlands eine andere Dimension – befand sich das Museum doch nun in der neu ernannten und gleichermaßen alten Hauptstadt Berlin, einem Standort, der ihm eine erhöhte symbolische Funktion zu teil werden ließ. Diese politische Entwicklung kann als Auslöser für den Entschluss bezeichnet werden⁵⁶, ein eigenständiges jüdisches Museum zu gründen – und so wurde das Stadtmuseum Berlin verlegt und das Kollegienhaus und der Libeskind-Bau als Räumlichkeiten für dieses Museum benannt.

⁵⁴ /// Siehe: (<http://spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,156227,00.html>; WWW-Quelle 8)

⁵⁵ /// Eine Übersicht bietet Lackmann (2000)

⁵⁶ /// Siehe: Blumenthal 2002: 15

Räumlichkeit

Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums ist im ersten und zweiten Obergeschoss des Libeskind-Baus angesiedelt. Um sie zu erreichen, benutzt man den Haupteingang im Kollegienhaus, um über die unterirdische Verbindung zwischen Kollegienhaus und Libeskind-Bau das Untergeschoss des Libeskind-Baus zu betreten. Von hier aus muss man die von Libeskind angelegten Achsen beschreiten, um über die »Sackler«-Treppe⁵⁷ in das zweite Obergeschoss zu gelangen, indem die Ausstellung beginnt.

Standort

Als ein großer Vorteil für das Jüdische Museum kann sicher auch sein zentraler Standort in dem überaus beliebten Touristikziel Berlin betrachtet werden: So teilte die Berlin Touristik Marketing GmbH mit⁵⁸, dass sich alleine im November 2008 die Zahl der Übernachtungen auf 1,32 Millionen bezifferte – über zu wenig potenzielle Besucher muss sich das Museum also nicht beklagen.

⁵⁷ /// benannt nach Theresa Sackler der »The Dr. Mortimer and Theresa Sackler Foundation«

⁵⁸ /// Siehe: (http://www.visitberlin.de/deutsch/presse/download-basistexte/d_pr_monatsstatistik_2008_11.pdf; WWW-Quelle 9)

4.3 // ANALYSE DER ARCHITEKTUR

Das Jüdische Museum Berlin erstreckt sich über zwei Gebäude: Zum Einen über das barocke Kollegienhaus aus dem Jahre 1735, welches einst als preußisches Kammergericht diente und zum Anderen über den »Libeskind-Bau« – jenes zick-zack förmige, spitzwinklige Gebäude des Architekten Daniel Libeskind, das 1999 eröffnet wurde. Das Kollegienhaus und der Libeskind-Bau, die im Folgenden auch »Altbau« bzw. »Neubau« genannt werden, stehen wenige Meter auseinander und sind unterirdisch miteinander verbunden. Betreten wird das Museum über den Altbau, der auch die komplette Infrastruktur, wie die Garderobe und das Restaurant des Museums beherbergt. In die Analyse mit einbezogen wird auch das von Cornelia Müller und Jan Wehberg in Zusammenarbeit mit Daniel Libeskind entworfene Museumsaußengelände und die unmittelbare Umgebung des Museums. Die Analyse der Architektur unterteilt sich in zwei Abschnitte. Im ersten Abschnitt soll die Hülle der Architektur betrachtet werden und im Abschnitt zwei ihr Innenraum.

4.3.1 // DIE HÜLLE

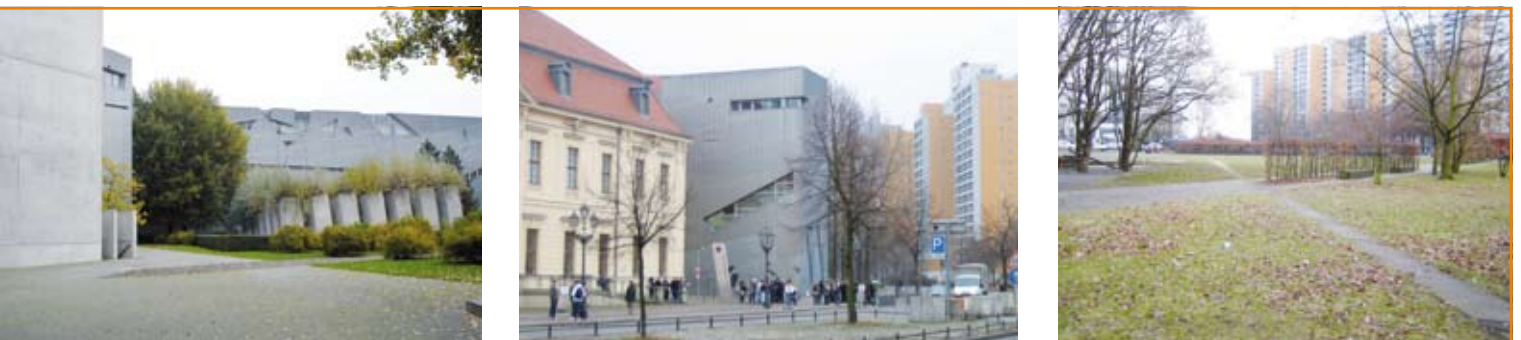


Abb.19: Unmittelbare Umgebung des Jüdischen Museums Berlin Das Jüdische Museum Berlin befindet sich im Stadtteil Kreuzberg auf der Lindenstraße 9–14. Nähert man sich dem Museum von der Lindenstraße kommend Richtung Norden, so hat dieser Abschnitt der Lindenstraße Boulevardcharakter, dessen Großzügigkeit sich nicht nur auf die Breite der Straße beschränkt, sondern auch auf die sie flankierenden Gehwege. Auf beiden Seiten der Lindenstraße und ihren Stichstraßen rund um den Mehringplatz bewegt man sich vorbei an Hochhaussiedlungen, die sich bis zu zwanzig Stockwerke gen Himmel strecken und einem strengen rechtwinkligen Raster verpflichtet sind. Graffiti allerorts, Satellitenantennen auf Balkonen, dazwischen Grasflächen, Bäume und Spielplätze. Dann öffnet sich vom Gehweg aus eine Schneise, die den Blick freigibt auf das Gelände des Jüdischen Museums. Vor dem Libeskind-Bau steht ein vertikal ausgerichteter Keil aus Beton, der »Holocaust-Turm« der nur vom Inneren des Gebäudes betreten werden kann, ebenso wie der danebenliegende »Garten des Exils«, der Bestandteil des Museumsgeländes ist: Hierzu gehören Rasenflächen, ein kleiner Spielplatz, ein Robinienhain und schräg verlaufende Kieswege. In unregelmäßigen Abständen werden diese unterschiedlichen Bodenbeläge aus Rasen, Kopfsteinpflaster und Kies, von Bahnen aus Stein und Zugschienen durchschnitten, die dem Libeskind-Gebäude zu entspringen scheinen und bis in die Grünflächen der benachbarten Hochhäuser reichen.



Abb.20: Libeskind-Bau Der lang gestreckte Libeskind-Bau mit Flachdach verfügt über keinen offiziellen Eingang. Seine Außenwände sind wie ein unregelmässig gefaltetes Band angeordnet, welches teilweise spitz nach vorne strebt, um sich nach ein paar Metern wieder zurück zu ziehen. Die Gebäudeaußenflächen sind mit Titanzinkblechen verkleidet, deren Längsseiten abgekantet sind, um als Verbindungselemente von Blech zu Blech zu dienen, wodurch die Verkleidung zunächst eine vertikale Ausrichtung erhält. Durch diese vertikal angeordneten Bleche ziehen sich über die kompletten Flächen der Gebäudeseiten um ca. 15 Grad vom Horizont geneigte, in regelmäßigen Abständen angeordnete Fugen. Die solchermaßen gerasterte Fassadenverkleidung zeigt unregelmäßig dimensionierte eckige, mehr oder weniger lange Aussparungen, hinter denen sich Glas befindet. Diese Öffnungen weisen jeweils an einer Seite und parallel zu dieser laufend eine perforierte Linie auf, die aus regelmäßig angeordneten Löchern besteht, deren Kanten gebördelt sind.

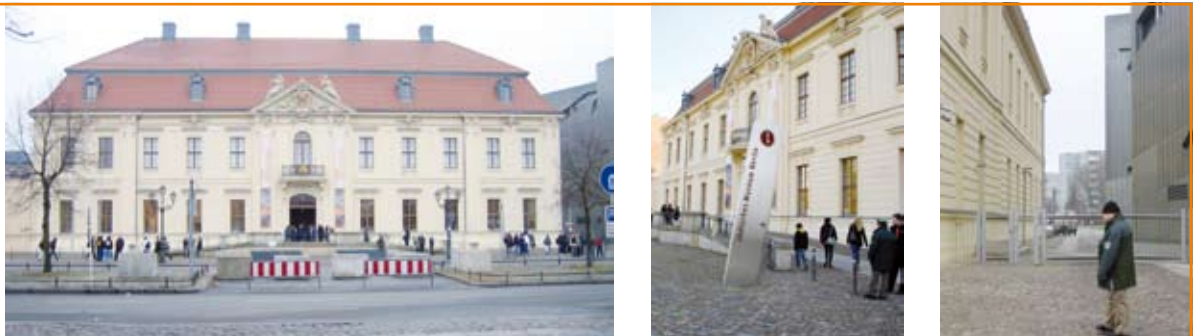


Abb.21: Kollegienhaus Der Eingang in das Jüdische Museum erfolgt für Einzelbesucher über den Haupteingang des symmetrisch angelegten Kollegienhauses. Der üppig verzierte Dreiecksgiebel zeigt das preußische Staatswappen, sowie allegorische Figuren der Weisheit und der Gerechtigkeit und verweist auf die ehemalige Funktion des Hauses als Preußisches Kammergericht. Über den angrenzenden Hof des Kollegienhauses erreicht man den Gruppeneingang des Museums, der erst in jüngster Vergangenheit geschaffen wurde.

Betrachtung der Hülle des Jüdischen Museums Berlin mit dem Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Im folgenden soll die Hülle des Libeskind-Baus, des Kollegienhauses sowie der Museumsgarten und die unmittelbare Umgebung des Museums unter Einsatz des in Kapitel 3 erarbeiteten Beschreibungssystem analysiert werden.

Hierbei soll zunächst der Fokus auf die Ausprägung der sinnlich-affektiven Dimension gerichtet werden.

Die Betrachtung soll mit der Feststellung beginnen, dass der Libeskind-Bau und das Kollegienhaus durch das Fehlen jeglicher Verbindungselemente zwischen den Gebäuden zunächst nicht als zusammengehörig ausgemacht werden können. Vielmehr verhält es sich so, dass der Besucher des Jüdischen Museums, unabhängig davon, ob er er sich vom Süden oder Norden kommend dem Museum nähert, den Libeskind-Bau inmitten zweier architektonischer Antipoden vorfindet: Zum Einen sind dies die schmucklosen, einem strengen Funktionalismus verpflichteten Hochhäuser und zum Anderen das barocke Kollegienhaus, mit seinem reichen Giebel- und Fassadenschmuck. Gemeinsam ist den beiden architektonischen Stilen jedoch, dass sie dem Betrachter Rückschlüsse ermöglichen über den Grundriss, die räumliche Struktur und die Geschossanordnung ihrer Gebäude. Das genaue Gegenteil trifft auf den Libeskind-Bau zu: Durch die stehende Perspektive des Betrachters vom Boden aus, können keinerlei Rückschlüsse auf den Grundriss des Gebäudes gezogen werden. Ebenso lassen sich aus den schmalen Öffnungen der Hülle keinerlei Erkenntnisse über die räumliche Struktur und die Geschossgliederung im Innern des Gebäudes gewinnen. Das vielfach vertikal gefaltete Titanzinkband der Außenseite des Baus, das teilweise spitz auf den Betrachter zuläuft, um nach unterschiedlich langen Distanzen wieder ebenso spitz in das Innere des Gebäudes zu schneiden, erzeugt eine Dynamik und wirkt gleichsam richtungslos, wodurch der Bau etwas Unkalkulierbares bekommt. Durch die matte Oberfläche der Titanzinkbleche und die Geschlossenheit der Hülle, die nur sporadisch durch die schmalen länglichen, spitzen Öffnungen durchbrochen wird, die in unterschiedlichen, teilweise sich überschneidenden Winkeln angeordnet sind und die Unmöglichkeit, das Gebäude von Außen zu betreten, erzeugt die Hülle des Libeskind Baus einen unmittelbar abweisenden und schroffen Eindruck.

Wechselt man bei der Beschreibung der Hülle des Jüdischen Museums Berlin, nun zur Betrachtung seiner semantischen Dimension, so muss zunächst erwähnt werden, dass das von Libeskind entwickelte architektonische Konzept »Between the Lines« für das Jüdische Museum, das auf seiner Auseinandersetzung mit der Geschichte der deutschen Juden in Berlin zu Beginn des 20. Jahrhunderts basiert, zahlreich veröffentlicht wurde.

Ungeachtet dessen wurden, ebenso zahlreich, ersonnene Deutungsansätze⁵⁹ für die »legendäre« Draufsicht des Libeskind-Baus veröffentlicht. Man sollte jedoch an dieser Stelle bedenken, dass der durchschnittliche Erstbesucher des Jüdischen Museums kaum mit den Feinheiten des Libeskind'schen Konzepts vertraut sein dürfte und sich auch die Draufsicht des Museums für den Betrachter mit seiner Perspektive vom Erdboden aus, zunächst nicht nachvollziehen lässt. Vielmehr präsentiert sich dem Besucher ausgehend von seiner Bodenperspektive eher ein agiler, richtungsloser Monolith, der Risse und Sprünge in seiner Außenhaut aufweist, die die einzigen sichtbaren Öffnungen des Gebäudes darstellen und sich als steinerne und stählerne Adern bis in den städtischen Raum fortsetzen. Mit dem Wissen, dass es sich bei dem Gebäude um ein Jüdisches Museum handelt, können diese materialisierten Risse in einen Zusammenhang mit dem Ausstellungsthema gebracht werden, welches die spannungsgeladene Existenz einer kulturellen Minderheit thematisiert.

Nicht zu ignorieren bei der Thematisierung der semantischen Dimension der Hülle des Jüdischen Museums, ist die Tatsache, dass das Museum nicht in der chicen Berliner Mitte liegt, sondern vis-à-vis des sozialen Brennpunkts »Mehringplatz« angesiedelt ist. Die steinernen und stählernen Adern, die sich von der Grundfläche des Libeskind Gebäudes aus bis in die Grasfläche zweier gegenüberliegender Hochhausblöcke schieben, scheinen fast schon gewaltsam Kontakt aufnehmen zu wollen zum Heute, lösen die Themen Respekt und Toleranz aus rein historischen Bezügen und verleihen ihnen Aktualität. Dieser Eindruck wird durch die permanente Polizeipräsenz vor dem Museum unterstrichen, die sich dadurch äußert, dass auf dem Gehweg vor dem Libeskind Bau, mit Blick auf den Eingang des Museums im Altbau, regelmäßig ein Mannschaftswagen der Polizei parkt und Polizisten dort Wache halten.

⁵⁹ /// So berichtet beispielsweise ein Journalist von *spiegel-online* am 27. Juli 2000: »Mehr als 200.000 Menschen haben den Bau in Form eines zerborstenen Sterns bereits besichtigt.« Harpprecht (2001) schreibt hingegen in einer Rezension über das Jüdische Museum in der »Zeit«: »Oft genug wurde Libeskinds Architektur als das eigentliche Mal des Gedenkens gerühmt, kraftvoller, schärfer akzentuiert, bezwingender, als es jedes andere Projekt jemals sein mag – dank der aufschreckenden Form eines versteinerten Blitzschlags.« Interessanterweise soll hier als kleine Randnotiz aufgeführt werden, dass Libeskind laut einer Berichtserstattung in *spiegel-online* vom 29. August 2001 jegliche Mutmaßungen über die Nachbildung eines Davidsterns oder eines Blitz ablehne: Das hätten sich »manche Leute zu-rechtgelegt, weil sie die Offenheit und Zeichenlosigkeit meiner Architektur nicht ertragen.«

Das Bezugsdreieck aus dem repräsentativen, ehemaligen Kammergericht mit seinen für heutige Maßstäbe fast schon theatralisch anmutenden, allegorischen Darstellungen zur Weisheit und Gerechtigkeit, die trostlosen Hochhaus-schluchten des Mehringplatzes und der widerborstige Libeskind-Bau ermöglicht es den Besuchern, vielfältige Interpretationsansätze zu formulieren und entzieht sich einer schnellen Vereinnahmung. Einer schnellen Vereinnahmung entzieht sich der Gebäudekomplex des Jüdischen Museums aber nicht nur in der Auslegung seiner Bedeutung, sondern auch in seiner Benutzung. Fokussiert man die Gebrauchsdimension des Jüdischen Museums, so muss man zunächst die vorangestellte Feststellung aufgreifen, dass die beiden Gebäude des Alt- und Neubaus nicht als die beiden architektonischen Teile eines Museums erkannt werden können. Die Tatsache, dass sich der Eingang des Museums im Kollegienhaus befindet, kann für den Besucher also nicht aus der Architektur hergeleitet werden, sondern bedarf einer zusätzlichen Beschilderung. Diese ist auch vorhanden, kann aber nicht durch eine eindeutige Darstellung überzeugen, wie an dem folgenden Beispiel aufgezeigt werden kann:

Nähert man sich dem Museum von der Lindenstraße aus kommend Richtung Norden, so findet man auf dem Gehweg ein 2,50 Meter langes Rohr vor, in dessen unterem Drittel eine geneigte Tafel befestigt ist, die den Standort des Betrachters darstellt, indem der Libeskind Bau und der Altbau als abstrahierte Draufsicht abgebildet werden.



Abb.21: Beschilderung Eingang; Eingang im Kollegienhaus

Diese Darstellung erfolgt jedoch völlig freigestellt, ohne die Abbildung weiterer Bezugspunkte wie beispielsweise der Lindenstraße, wodurch dem Betrachter erschwert wird zu erkennen, um welche Darstellungsperspektive es sich handelt. Zusätzlich wird eine klare Orientierung unterlaufen, indem durch den horizontalen Befestigungswinkel der Tafel, der Eingangspfeil zum Museum auf der Draufsicht in die entgegengesetzte Richtung zu dem Pfeil des Richtungsschildes zeigt.

Gelangt man schließlich zum Eingang des Jüdischen Museums im Altbau, so findet man dort eine Doppeltür vor, die aber nur einseitig als Eingang genutzt werden kann, da die andere Seite als Ausgang fungiert. Es erstaunt an dieser Stelle, dass der Eintritt eines derart großzügigen Gesamtkomplexes über eine Tür geschieht, die lediglich für die Nutzung des Altbaus dimensioniert wurde und sich mit Blick auf das gesamte Museum als geradezu winzig ausmacht. Diese Tür ist zu allem Überfluss noch mit einem schweren windabweisenden Stoff verhängen, der beim Betreten des Museums zu Seite geschoben werden muss. Da sich die Besucher nach dem unmittelbaren Eintritt in das Gebäude nicht beliebig verteilen können, ein Umstand der in der Analyse des Innenraums des Museums näher thematisiert werden soll, ist die beschriebene Eingangssituation prädestiniert dafür, dass sich hier Besucher stauen. Da der Eingangsbereich von außen nicht überdacht ist, handelt es sich vor allem bei Regen, um eine erschwerte Zugänglichkeit in das Museum.

4.3.2 // INNENRAUM

Die Untersuchung des Innenraums des Jüdischen Museums soll sich auf die Betrachtung der folgenden drei Bereiche beschränken:

- // Der Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses
- // Der Innenraum des Untergeschosses des Libeskind-Baus
- // Der Innenraum der Dauerausstellung (erstes und zweites Obergeschoss des Libeskind-Baus)

4.3.2.1 // INNENRAUM DES ERDGESCHOSSES DES KOLLEGIIENHAUSES



Abb.22: Der Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses Betritt man das Jüdische Museum, so gelangt man in einen kleinen Vorraum, von dem aus man in den Kassenraum gelangt. Gleich am Anfang des Raumes befindet sich eine Sicherheitsschleuse, in der die Besucher, vergleichbar mit dem Sicherheitscheck in Flughäfen, ihr Gepäck und sich selbst von Security-Personal auf potentielle Waffen untersuchen lassen müssen. Hinter der Schleuse befindet sich die Kasse. Von diesem Raum aus betritt man eine lang gestreckte, weiß gestrichene Halle, die den Mittelteil des u-förmigen Kollegienhauses bildet und mit einem Terrakottaboden ausgestattet ist, sowie über eine Reihe von Fenstern verfügt, deren gemauerte Laibungen mit Stichbögen abschließen. In diesem Mittelteil befinden sich die Garderobe, eine Informationstheke des Besucherservice, der Museumsshop und der Eingang in die unterirdische Verbindung zum Libeskind-Bau. In den beiden Schenkeln des U's ist ein Restaurant untergebracht, sowie ein Auditorium, eine Toilette und der Zugang zum Lift. Zwischen den beiden Seitenflügeln des Kollegienhauses ist seit 2007 ein Glashof, nach einem Entwurf von Libeskind, installiert worden. Dieser Glashof, der mit Tischen und Stühlen ausgestattet ist, kann für Veranstaltungen gebucht werden und steht den Besuchern für eine Rast zur Verfügung.

Betrachtung des Innenraums des Erdgeschosses des Kollegienhauses unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Der beschriebene Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses stellt das Entree zum Jüdischen Museum dar und beherbergt seine gesamte Infrastruktur. Man kann auch formulieren, dass der Innenraum des Kollegienhauses die Sammel- und Versorgungsfunktion für das gesamte Jüdische Museum übernimmt: Die Besucher müssen die Security-Schleuse passieren, sie müssen sich eine Eintrittskarte kaufen und sie müssen auch größere Bekleidungs- und Gepäckstücke an der Garderobe abgeben. All diese Tätigkeiten stellen keine Optionen dar, sondern Voraussetzungen für den weiteren Besuch des Museums und es müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein damit sie reibungslos abgewickelt werden können.

Da der Benutzung dieser Infrastruktur eine wichtige Funktion zuteil wird, soll die Analyse des Erdgeschosses zunächst unter der Fokussierung ihrer Gebrauchsdimension erfolgen. Hierbei muss festgestellt werden, dass die komplette Eingangssituation den Besuchern kein reibungsloses, sondern lediglich ein mühevoll funktionieren anbietet. Mag man den zähen Security-Check auf Grund der Brisanz der Ausstellungsthematik noch erklären können und diesen Vorgang eventuell als spektakuläres Detail des Museumsbesuches deuten, so sind andere Einzelheiten der Eingangssituation hingegen weniger nachvollziehbar: der rote Vorhangstoff am Eingang, den man aufschlagen muss, damit er einem nicht ins Gesicht fällt, die Enge des kleinen Vorraums und des Security-Bereiches, in dem man Bewegungsfreiraum für das Entkleiden von Jacken und Mänteln benötigt, sowie der Übergang von Security- zum Kassenbereich und die damit verbundene Reihenföhrung der Besucher. Man kann sich an dieser Stelle nicht des Eindrucks erwehren, als sei das Jüdische Museum für weitaus weniger tägliche Besucher geplant, als die sich tatsächlich täglich einstellende Anzahl von 2000–4000 Besuchern.⁶⁰ Zwar wurde die Brisanz der Eingangssituation durch den relativ neuen Gruppeneingang entschärft, trotzdem föhrt dieses »Nadelöhr« als Eingang zum Museum zu Stoßzeiten zu einer Stauung von Individualbesuchern.

Der Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses übernimmt neben seiner Sammel- und Versorgungsfunktion aber auch die Aufgabe, den Besucher zu empfangen und zu verabschieden – gewissermaßen erfährt hier der Besucher seinen ersten und seinen letzten Eindruck über das Innere des Museum. Die

⁶⁰ /// Laut Auskunft des Besucherservice des Jüdischen Museums am 10.11.2008

formalästhetische Ausprägung des Erdgeschosses des Kollegienhauses vermeidet eine starke sinnlich-affektive Wirkung des Innenraums; vielmehr finden die Besucher einen Raum vor, durch dessen angemessene Deckenhöhe, die weiße Wandfarbe, die großen regelmäßig angeordneten Fenster, die Kombination aus Tageslicht und Kunstlicht, ein unmittelbarer Raumeindruck entsteht, der eine angemessene Sachlichkeit ausstrahlt, ohne langweilig oder nüchtern zu wirken.

Greift man der Beschreibung des Libeskind-Baus vorweg, indem man seine expressive, emotionale Wirkung benennt, so kann man den Innenraum des Erdgeschosses des Kollegienhauses als »Neutralisator« deuten, der die Besucher vor und nach dem Besuch des Libeskind-Baus mit seiner ruhigen Raumwirkung empfängt und verabschiedet.

4.3.2.2 // INNENRAUM DES UNTERGESCHOSSES DES LIBESKIND-BAUS

Der Zugang zum Libeskind-Bau erfolgt über eine Treppe abwärts, die sich im hinteren Teil des Erdgeschosses des Kollegienhauses befindet. Diese Treppe mündet in einen langen Gang, der von zwei weiteren Achsen durchschnitten wird, die sich untereinander kreuzen, wodurch sich dem Besucher ein Wegesystem aus drei Achsen anbietet. Diese drei Achsen stehen für die unterschiedlichen Wege der deutschen Juden im 20. Jahrhundert:

Die erste und längste Achse ist die »Achse der Kontinuität«, sie verbindet das Ende der beschriebenen Treppe, die von dem Altbau ins Untergeschoss des Libeskind-Baus führt, mit der »Sackler-Treppe«, die hinauf in die Dauerausstellung führt.

Die zweite Achse ist die »Achse des Exils«, an deren Ende sich ein Fenster befindet, durch das Tageslicht in den Gang gelangt, sowie eine schwere Metalltür, durch die man in den Garten des Exils tritt. Die Achse des Holocaust ist als Sackgasse konzipiert, deren kürzerer Achsenabschnitt vor einer schwarzen Wand endet und deren längerer vor der Tür, die in den Holocaust-Turm führt.

Diese drei Achsen sollen im Folgenden bebildert und näher beschrieben werden:



Abb.23: Die 3 Achsen im Untergeschoss Die Wände der drei Gänge sind weiß gestrichen, der Fußboden mit schwarzen Schieferfliesen belegt und die Decke schwarz gestrichen. Jeweils in der Mitte der Decke eines Ganges, ist ein Lichtband bündig eingelassen. Während die Wände und der Fußboden der Achse der Kontinuität gerade verlaufen, neigen sich die Wände der beiden anderen Achsen zunehmend nach vorne, wodurch der jeweilige Gang enger wird. Während der Fußboden der Achse des Exils in dem Teilstück vor dem Durchgang in den Garten längs steigt und quer zur Achse ein Gefälle hat, wird die Achse des Holocaust, Richtung Holocaust-Turm immer dunkler. Im oberen Drittel der beiden Achsen zieht sich ein horizontales Band mit taubengrauen Namen von Städten, die als Exilantenziele aufgesucht wurden, wie Sydney, Kopenhagen oder Chicago – in der Achse des Exils – und Städten in denen Konzentrationslager angesiedelt waren, wie Auschwitz, Buchenhein oder Sobibor – in der Achse des Holocaust. In beiden Achsen werden bündig in die Wände eingelassene Vitrinen eingesetzt: Die Vitrinen der Achse des Exils bestehen aus partiell schrägen Ausschnitten in die Achsenwände, mit breiten Fasen, die mit Glas versehen sind und Teile des Auswanderungsgepäcks der Familien Simon und Kiewe zeigen, die 1939 von Hamburg aus nach Chile emigrierten. Hingegen besitzen die Vitrinen der Achse des Holocaust schwarzes Vitrinenglas, mit kreisförmigen, sich aufhellenden Aussparungen, die die Sicht freigegeben auf Gegenstände, die Juden vor ihrer Deportation anderen Menschen anvertrauten; so ist beispielsweise eine Schreibmaschine des Handelsreisenden Taubenschlag zu sehen, die dieser seinem Neffen übergab.



Abb.24: Garten des Exils Am Ende der Achse des Exils, führt eine schwere Metalltür hinaus in den Garten des Exils, der in einem quadratischen Becken aus Beton ca. zwei Meter tief im Erdreich liegt und von einer Buchsbaumhecke umgeben wird. Auf dem Boden des Beckens stehen 49 hohe Betonstelen, aus deren oberen Enden buschige Ölweiden wachsen. Die gesamte Gartenanlage ist um zwölf Grad geneigt und der Boden ist mit Kopfsteinpflaster bedeckt.



Abb.25: Holocaust-Turm Am Ende der Achse des Holocaust findet man durch eine schwere Metalltür Zugang zum Holocaust-Turm. Dieser wird durch einen keilförmigen, gebäudehohen, ungeheizten Raum gebildet, dessen Wände und Fußboden aus rohem Beton bestehen. Die Raumdecke ist schwarz gestrichen; zu ihr führt, in unerreichbarer Höhe beginnend, eine Metallleiter empor. Der Raum ist dunkel, Licht fällt alleine durch eine schmale, längliche Öffnung, die auch die Sicht auf ein Stück des Himmels freigibt und Geräusche der Stadt, wie Verkehrslärm oder Kinderstimmen vom benachbarten Spielplatz, in den Turm hineinlässt.

Betrachtung des Innenraums des Untergeschosses des Libeskind- Baus
unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungs-
gestaltung

Die beschriebene formalästhetische Ausprägung des Untergeschosses des Libeskind-Baus konfrontiert die Besucher mit einer starken sinnlich-affektiven Wirkung, die sich bei der Begehung des Innenraums entfaltet.

Eröffnet sich dem Besucher beim Eintritt in das Untergeschoss zunächst ein Raumgefüge, welches durch zwei geradlinige Achsen eine strenge formale Ordnung aufweist und in einer ersten Deutung an ein klar gegliedertes Archiv erinnert, so löst sich dieser Eindruck beim Durchschreiten der Achsen zunehmend auf. Die spitzwinklige Anordnung der Gänge und deren Durchkreuzung durch die Achse des Holocaust, die unterschiedliche Neigung der Wände erzeugen einen dynamischen, schiefen Raumeindruck. Die Wirkung auf den Besucher besteht darin, dass dieser Raumeindruck nicht nur visuell, sondern mit dem ganzen Leib erfahren werden kann, denn durch den ansteigenden Fußboden mit unterschiedlichem Nivellement ist es an einigen Achsenabschnitten unmöglich, gerade zu stehen und die Fortbewegung in den Achsen wird somit umso anstrengender, je länger man sie beschreitet. Während die sinnlich-affektive Wirkung der Achsen kontinuierlich zunimmt, je länger man durch sie wandelt, so konfrontiert sowohl der Garten des Exils als auch der Holocaust-Turm die Besucher mit einem plötzlichen Wechsel ihrer Umgebungsqualität. Betritt der Besucher beispielsweise den Holocaust-Turm, so findet er sich in einem Raumgefüge wieder, welches ihn mit abrupter Dunkelheit, räumlicher Höhe und Kälte

empfängt. Diese versetzen den Besucher in eine unwirtliche räumliche Situation, die unabhängig davon, ob sie als angstvoll, beklemmend oder spannend erlebt wird, nicht ignoriert werden kann.

Diese sinnlich-affektive Wirkung wird durch die partielle Negation der Gebrauchsdimension des Innenraums verstärkt: So verhindert beispielsweise die Überschneidung der Achsen des Innenraums, dass diese vom Anfang bis zum Ende durchlaufen werden können, ohne einen Teilabschnitt doppelt begehen zu müssen. Weiterhin erschwert die identische Gestaltung der Wände und Fußböden der drei Achsen eine Orientierung darüber, welchen Achsenabschnitt man schon abgesprochen hat. Während diese Punkte als kalkulierte Negation der Gebrauchsdimension angesehen werden können, um die sinnlich-affektive Wirkung der Gestaltungsmittel noch zu steigern, so muss eine kalkulierte Vernachlässigung der Gebrauchsdimension bei der Gestaltung der Vitrinen in Frage gestellt werden: Auffällig ist hier, dass durch das eingesetzte nicht-entspiegelte Vitrinenglas die Sicht auf die Objekte deutlich erschwert wird, und so sieht der Betrachter beim Blick in die Vitrine sein eigenes Spiegelbild und das der Umgebung des Innenraums.

Der nun folgenden Betrachtung der semantischen Dimension des Innenraums des Untergeschosses des Libeskind-Baus muss die Bemerkung vorangestellt werden, dass die »Geschichte« des Konzepts, also seine intendierte Deutung, durch erläuternde Texte in den Achsen, bzw. im Garten des Exils und vor dem Holocaust-Turm, klar an die Besucher kommuniziert wird – es ist kein »konzeptionelles Deutungsgeheimnis« welches sich nur dem Connaisseur offenbart oder vom Besucher unter Bemühung von Sekundärliteratur außerhalb des Museums nachgelesen werden muss.

Betrachtet man die beschriebenen formalästhetischen Elemente des Innenraums nun in Bezug auf diese kommunizierte, intendierte Deutung, so muss man feststellen, dass durch ihren hohen Abstraktionsgrad und die Vermeidung von rekonstruktiven Details dem Besucher genügend Freiraum eingeräumt wird, die intendierte Deutung mit seiner persönlichen Raumerfahrung abzugleichen. Es soll an dieser Stelle jedoch die Vermutung geäußert werden, dass unabhängig davon, welche Konnotationen und Gefühle der Besucher zu dem Untergeschoss des Libeskind-Bau entwickelt, die starke sinnlich-affektive Wirkung des Raums gewissermaßen die Grundlage für die angestellten Reflexionen bereitet. Sehr anschaulich kann die am Garten des Exils verdeutlicht werden: Betrachtet man die sinnlich-affektive Dimension der Gestaltung des Gartens,

so muss man feststellen, dass diese ähnlich wie die Situation beim Betreten des Holocaust-Turmes, den Besucher mit unmittelbar anderen Umgebungsqualitäten als in den Achsen des Untergeschosses konfrontiert. Durch die frische Luft, das Tageslicht, das Grün der Ölweiden und der Buchsbaumhecke, wirkt der Garten wie eine Oase. Diese wahrscheinlich von den meisten Besuchern als positiv und entspannend empfundene sinnlich-affektive Wirkung des Gartens, erfährt eine Erweiterung beim Durchschreiten zwischen den Säulen. Durch die Neigung der Gartenanlage und die Unebenheit des Kopfsteinpflasters verweigert der Boden einen sicheren Tritt. Während man auf der glatten Oberfläche der Betonsäulen Reflexionen des Sonnenlichts sehen kann und unter dem grünen Dach der Ölweiden wandeln möchte, knickt man beim Laufen um und ist um eine ausgleichende Körperhaltung bemüht. Neben dem Gefühl von Wohligkeit entsteht so Irritation und Anstrengung. Dieses Spannungsverhältnis unterstützt die intendierte Deutung des Gartens des Exils, die man auf einer Tafel im Garten lesen kann und die Konnotationen von Erleichterung und Orientierungslosigkeit erzeugen möchte, also von zwei Zuständen, die maßgeblich die Existenz von Exilanten beschreiben.

Zwischenfazit zur Betrachtung des Untergeschosses des Libeskind-Bau

Die Aufgabe des Untergeschosses des Libeskind-Baus besteht nicht darin, als Behältnis für kuratierte Objekte oder als der Dauerausstellung vorangestellte informative Einführung zu dienen. Vielmehr kann das Untergeschoss als begehbare Skulptur betrachtet werden, die das Ergebnis einer Übersetzung von Libeskind's gedanklichem Konzept der drei Wirklichkeiten der Geschichte der deutschen Juden in eine materialisierte Form darstellt.

Der Besucher kann an dieser intendierten Deutung teilhaben, in dem diese als »Geschichte« durch Einlesetexte kommuniziert wird. Die Gestaltung des Untergeschosses ist so angelegt, dass sie eine stark sinnlich-affektive Ansprache des Besuchers provoziert: Durch ansteigende, geneigte und in der Oberflächenbeschaffenheit unebene Böden, durch unmittelbar starke Kontraste beim Einsatz von Umgebungsqualitäten wie Licht, räumliche Dimensionen, Luft, Kälte/ Wärme und Geräusche wird jegliches distanziertes Verhalten unmöglich gemacht, ganz im Sinne von »die Ausstellung holt den Besucher«.

Das Raffinierte an der Gestaltung des Untergeschosses ist darin zu sehen, dass seine ausgeprägt sinnlich-affektive Dimension der Gestaltung keiner Beliebige-

keit unterliegt, sondern vielmehr dazu dient, den Besucher gewissermaßen in eine leibliche Verfasstheit zu versetzen, die der intendierten Deutung des Innenraums entspricht. Hierbei wird einerseits die Geschichte des Konzepts des Untergeschosses des Libeskind-Bau erzählt, andererseits aber vermeidet die Gestaltung jegliche zugängliche Konkretion durch rekonstruktive Bemühungen, wodurch den Besuchern genügend Freiraum gegeben wird für eigene Deutungsansätze.

Betrachtet man zusammenfassend die Gestaltung des Untergeschosses des Libeskind-Baus, so muss konstatiert werden, dass diese eine ausgeprägte sinnlich-affektive und semantische Dimension besitzt, die der breiten, internationalen Zielgruppe des Jüdischen Museums einen emotional und intellektuell ansprechenden Einstieg in die Ausstellungsthematik ermöglicht. Als Teil des Konzepts, den Innenraum als Skulptur zu gestalten, ist die partielle Negierung der Gebrauchsdimension zu bewerten, wie die Beschaffenheit des Bodens, der zum Stolpern führt etc. So kann auch die erschwerte Orientierung in den Achsen als Bestandteil der intendierten Wirkung des Raums bewertet werden. Schlüssig erscheint es auch, die Objekte in Vitrinen auszustellen, die bündig mit den Wänden der Achsen abschließen, um eine Konkurrenz von Raum- und Objektwirkung zu verhindern. Weniger nachvollziehbar erscheint hingegen, warum der Blick auf die Objekte durch das verspiegelte Glas erschwert werden muss.

4.3.2.3 // INNENRAUM DER DAUERAUSSTELLUNG (ERSTES UND ZWEITES OBERGESCHOSS DES LIBESKIND-BAUS)

Während bei der Analyse des Untergeschosses des Libeskind-Baus auch die Inszenierungsmittel berücksichtigt wurden, soll die Analyse des Innenraums der Dauerausstellung alleine auf den Innenraum beschränkt werden. Dies geschieht mit der Absicht, die Bedingungen des Raums als Basis für die weitere Ausstellungsgestaltung zu untersuchen und das Verhältnis der Hülle der Architektur zu ihrem Innenraum sowie das Verhältnis des Innenraums zur Ausstellungsgestaltung zu beschreiben.

Um die Dauerausstellung des Jüdischen Museums zu erreichen, folgen die Besucher der Achse der Kontinuität im Untergeschoss des Libeskind-Baus, die vor der sogenannten Sackler-Treppe endet, die in die weiteren Stockwerke des

Libeskind-Baus führt. Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums erstreckt sich über das erste und zweite Obergeschoss des Libeskind-Baus. Der vorgegebene Gang durch die Räumlichkeiten der Dauerausstellung erfolgt so, dass die Besucher von der Sackler-Treppe aus bis in das zweite Obergeschoss laufen und dieses durchschreiten. Am Ende der zweiten Etage führt eine Treppe in das erste Obergeschoss, in dessen Räumlichkeiten die Dauerausstellung fortgesetzt wird. Nach dem Durchlaufen des ersten Obergeschosses, treffen die Besucher wieder auf die Sackler-Treppe, über die die Dauerausstellung verlassen wird. Zwischen dem Untergeschoss und dem zweiten Obergeschoss des Libeskind-Baus stehen am Anfang und am Ende des Innenraums zwei Fahrstühle für die Besucher zur Verfügung. Auf jeder Ebene des Libeskind-Baus befindet sich an einer Stelle des Innenraums eine Toiletteneinheit für die Besucher.



Abb.26: Der Innenraum der Dauerausstellung Der Grundriss des Innenraums des ersten und zweiten Obergeschosses entspricht dem der Draufsicht auf das Libeskind-Gebäude, d.h. der Innenraum ist als langgestrecktes, schmales zick-zackförmiges Band ausgebildet, dessen ca. sechs Meter hohen Wände in verschiedenen Winkeln angeordnet sind und an ihren Eckpunkten spitzwinklig zusammentreffen. Die Wände des Innenraums sind weiß gestrichen und der Fußboden ist mit einem beige-hellgrauen Industrieboden bedeckt. Im zweiten Obergeschoss sind partielle Oberlichter angeordnet, durch die Tageslicht in den Innenraum fällt. Die Wände sowohl des ersten als auch des zweiten Obergeschosses werden von unregelmäßig dimensionierte, unterschiedlich langen Glasadern durchzogen, die einen Ausblick auf die Umgebung oder einen Teilabschnitt der Hülle des Museums ermöglichen und zudem den Innenraum mit Tageslicht versorgen. Der so definierte Raum wird vom zweiten Obergeschoss bis zum Erdgeschoss von fünf vertikalen Leerstellen, den sogenannten »Voids«, durchdrungen. Diese sind als spitzwinklige Schächte angelegt, mit unterschiedlichem drei-, vier- oder sechseckigen Grundriss. Die Leerstellen sind Bestandteile von Libeskind Architektur-Konzept, indem sie laut Ausstellungstext die Auslöschung jüdischen Lebens zu Zeit des Nationalsozialismus symbolisieren sollen. Die Leerstellen sind mit Ausnahme der »Leerstelle des Gedenkens« im Erdgeschoss des Libeskind-Baus nicht begehbar und sie werden weder klimatisiert und noch künstlich beleuchtet. Die Wände der fünf Leerstellen sind aus Beton gefertigt. Ihre innern Seiten, die jeweils einen Schacht bilden, zeigen diesen Beton, während die äußern Wände mit schwarzem Graphit verkleidet sind. Die Durchdringungen der Leerstellen durch das Libeskind-Gebäude sind so angeordnet, dass sie jeweils mittig im Innenraum positioniert sind. Dies hat zur Konsequenz, dass die Schächte der Leerstellen von zwei Seiten umlaufen werden können.

Betrachtung des Innenraums des ersten und zweiten Obergeschosses des Libeskind-Baus unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Durch den zick-zack-förmigen, langgestreckten Grundriss des Innenraums der Dauerausstellung werden die Ausstellungsräumlichkeiten in überschaubare Raumabschnitte eingeteilt. Die in unterschiedlichen Winkeln aufeinander stoßenden Wände und die mittig den Raum durchdringenden Voids erzeugen eine unmittelbar spannende Wirkung des Innenraums. Die helle Wand- und Bodenfarbe und die angemessene Deckenhöhe sorgen jedoch dafür, dass die sinnlich-affektive Wirkung des Raumes selbst in sehr schmalen und langen Raumabschnitten nicht bedrohlich ist. Ganz entscheidend für diese Raumwirkung sind die unregelmäßig über die Wände verlaufenden Glasadern, die einen Ausblick auf die unmittelbare Umgebung des Museums und, je nach Standort, auch auf weiter entfernt liegende Bereiche Berlins ermöglichen.

Fokussiert man die Analyse der Gestaltung des Innenraums auf seine Gebrauchsdimension und betrachtet zunächst die Eingangssituation der Dauerausstellung des Jüdischen Museums über die Sackler-Treppe, so muss festgestellt werden, dass die Verteilung der Dauerausstellung auf die beiden Geschosse nicht eindeutig ist. Es verwirrt, dass der Eingang in das erste Obergeschoss als Ausgang für die chronologisch angelegte Dauerausstellung dient, deren Anfang im zweiten Obergeschoss angesiedelt ist. Von der Raumabfolge scheint es nicht nachvollziehbar zu sein, warum die Besucher auf dem Weg zur Dauerausstellung an der selbigen vorbeilaufen sollen, um über die steile Sackler-Treppe ein weiteres Stockwerk zu erklimmen und dort den Eingang der Dauerausstellung zu vorzufinden.

Erreicht man schließlich das zweite Obergeschoss, so wird zunächst durch den zick-zackförmigen, lang gestreckten und eher schmalen Innenraum eine Richtung vorgegeben, wie man ihn zu durchlaufen hat. Durch den häufigen und unregelmäßigen Richtungswechsel der Raumabschnitte, der sich jeder Erwartung entzieht, verliert man jedoch schnell den Überblick darüber, wo man sich gerade in der Dauerausstellung befindet. Unterstützt wird diese erschwerte Orientierung durch die partielle mittige Durchdringung des Innenraums durch die Schächte der Leerstellen, die Voids.

Besonders auffällig ist dies bei der »Leerstelle des Gedenkens« die am Anfang der Ausstellung im zweiten Obergeschoss, bzw. am Ende der Ausstellung im ersten Obergeschoss platziert ist und den Raumabschnitt länglich durchdringt.

Als abschließender Aspekt zur Gebrauchsdimension des Innenraums ist aufzuführen, dass die Ansiedlung der Infrastruktur, bestehend aus Toiletten und Aufzügen, innerhalb des Innenraums ohne Hinweisschilder und Raumplänen nicht erkennbar ist. So befinden sich die Toiletten weder am Anfang noch am Ende der Dauerausstellung, sondern in der zick-zack-förmigen Abfolge der Raumabschnitte der Dauerausstellung, hinter einer schlichten weißen Tür. Ebenso schwierig sind die Lifte zu finden, die zum einen sehr klein dimensioniert und zudem in unmittelbare Nähe der Schächte der Leerstellen positioniert sind und sich schlecht von diesen abheben.

Zwischenfazit zur Betrachtung des Innenraums der Dauerausstellung

Der Innenraum des ersten und zweiten Obergeschosses des Libeskind-Baus, in dem die Dauerausstellung zu sehen ist, besitzt eine weniger stark ausgeprägte sinnlich-affektive Wirkung als das Untergeschoss. Die Raumfolgen sind hier zwar unregelmäßig, aber insgesamt ruhiger und auf in den Raum kippende Wände und geneigte Fußböden wurde gänzlich verzichtet.

Die von Glasadern durchzogenen spitzwinkligen Raumfolgen, die vertikale Durchdringung des Innenraums durch die schwarzen Voids unterstützen das aufgezugene Deutungsgeflecht, welches durch die Hülle des Libeskind-Baus und sein Untergeschoss angelegt wurde – kurz: das erste und zweite Obergeschoss sind Bestandteil der emotionalen Skulptur »Libeskind-Bau«, die das Ergebnis der intellektuellen Auseinandersetzung des Architekten Daniel Libeskind mit Aspekten der Geschichte des deutschen Judentums darstellt. Ein Konzeptbaustein Libeskinds ist die Erzeugung von Orientierungslosigkeit, die als – bewusst negierte Gebrauchsdimension – immanenter und wichtiger Bestandteil des Erlebens des Gebäudes betrachtet werden kann. Im Gegensatz zum Untergeschoss, soll der Innenraum des ersten und zweiten Obergeschosses jedoch nicht nur begangen und erlebt werden, sondern er soll als Behältnis für die Dauerausstellung dienen; eine Aufgabe, die viele Anforderungen stellt und zu einer Funktionserweiterung vom Raum als Skulptur zum Raum als Ausstellungsraum führt – und zu der eine negierte Gebrauchsdimension zunächst nicht passend erscheint. Wie die Gestaltung der Dauerausstellung mit dieser herausfordernden Situation umgeht, soll in den folgenden Analyseteilen und im abschließenden Fazit weiterführend thematisiert werden.

4.4 // ANALYSE DER INSZENIERUNGSMITTEL

Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums in Berlin widmet sich der zwei Jahrtausende andauernden Geschichte des deutschen Judentums von ihren frühesten Anfängen bis in die Gegenwart. Sie thematisiert das Leben der kulturellen Gemeinschaft der deutschen Juden im Kontext der deutschen Geschichte und beleuchtet die nachbarschaftlichen Beziehungen von Juden und Nichtjuden, die Phasen des friedlichen Miteinanders und die der Ausgrenzung. In vierzehn chronologisch angeordneten Abschnitten – die im Folgenden auch Ausstellungseinheit (AE) genannt werden – wird das Alltagsleben der Juden in Deutschland mit seinen religiösen Bräuchen und dem familiären Leben ebenso gezeigt wie die gesellschaftlichen Positionen, die Juden als Kaufleute, Bankiers, Wissenschaftler und Künstler bekleideten. Diese Darstellung ist eng verwoben mit dem durch die Jahrhunderte andauernden Antijudaismus der schließlich im Holocaust mündete und sie endet mit dem gegenwärtigen Leben der jüdischen Gemeinschaft in Deutschland.

Die Dauerausstellung umfasst 4000 kunst- und kulturhistorische Exponate Briefe, Fotos, filmische und akustische Dokumentationen, bestehend aus Originalen und Repliken. Die Ausstellungsgestaltung bündelt diese mit zahlreichen dynamischen/ interaktiven Exponaten, unter dem Einsatz mannigfaltiger Vitrinenn und Ausstellungsbauten, in unterschiedlichen Materialien und Farben zu ihrer Inszenierung; und wurde von dem Ausstellungsbüro »Würth und Winde- roll« entworfen.

Wie schon in der Analyse des Innenraums des Libeskind-Baus erwähnt wurde, erstreckt sich die Dauerausstellung über das zweite und erste Obergeschoss. Hierbei befindet sich der Eingang zur Ausstellung im zweiten Obergeschoss, welches an seinem Ende über eine Treppe mit dem ersten Obergeschoss verbunden ist. Die vierzehn chronologisch angeordneten Ausstellungsabschnitte werden über ein Orientierungssystem verbunden, welches aus auf den Fußboden geklebten roten Kreisen mit Richtungspfeilen besteht. Diese Richtungspfeile geben somit auch vor, welcher der beiden Korridore, die jeweils durch ein Void erzeugt werden, beim Gang durch die Ausstellung durchschritten werden soll. Die folgende Abbildung zeigt die Anordnung der Ausstellungsabschnitte im ersten und zweiten Obergeschoss des Libeskind-Baus und ihre offizielle Wegführung.

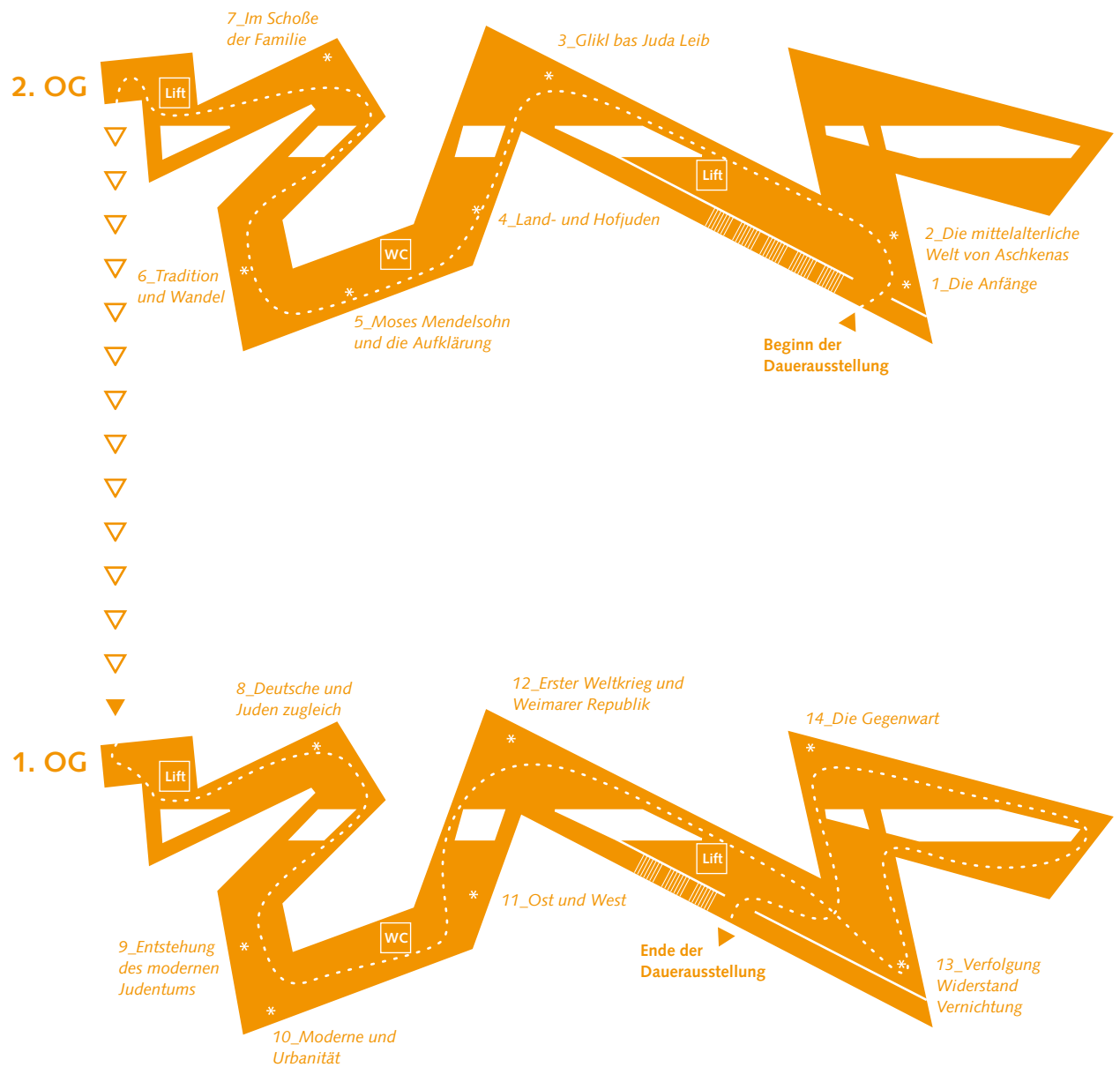


Abb.27:: Lageplan der Dauerausstellung

Als nächster Schritt der Betrachtung der Dauerausstellung sollen die vierzehn Ausstellungsabschnitte vorgestellt werden. Die hierbei verfolgte Absicht besteht nicht darin, eine komplette Auflistung der gezeigten kuratierten Objekte und Gestaltungsmittel zu geben – diese würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen – sondern vielmehr geht es darum, die charakteristischen Gestaltungsmittel einer jeden Ausstellungseinheit vorzustellen, auf die dann in der weiteren Analyse zurückgegriffen werden kann.



AE 1

Abb.28: »Die Anfänge« Die Dauerausstellung beginnt mit der Ankunft von Juden in den germanischen Provinzen. Die erste urkundliche Erwähnung ist eine Abschrift eines Erlasses des Kaisers Konstantin an den Kölner Magistrat aus dem Jahr 321. Gegenüber dem Eingang steht ein künstlicher Granatapfelbaum, an dessen Äste mit Wünschen beschriebene Blätter gehängt werden können. Neben der Tür ist eine Theke positioniert mit Personal des Jüdischen Museums, welches die zu beschriftenden Blätter verteilt. Rechts neben dem Granatapfelbaum befindet sich unter einem leinernen Baldachin ein Monitor, der Dokumentationen zum Leben im Mittelalter zeigt. Im Hintergrund steht ein mittelalterlich anmutendes Holzregal, mit Gewürzen und Stoffballen gefüllt. Vier mehrere Meter hohe kupferne Säulen sind halbkreisförmig angeordnet; zwei fungieren hierbei als Vitрины, während die anderen zwei Säulen Klappen enthalten, auf denen Fragen zu den gezeigten kuratierten Objekten in den Vitрины zu lesen sind, deren Antworten unter den Klappen stehen.



AE 2

Abb.29: »Die mittelalterliche Welt von Aschenas« thematisiert das Leben in den drei bedeutendsten jüdischen Gemeinden des Mittelalters Speyer, Worms und Mainz. Am Anfang der AE sind drei mehrere Meter hohe Buchstaben des hebräischen Alphabets positioniert, die die Anfangsbuchstaben der drei Städte Mainz, Worms und Speyer darstellen. Der Hauptteil der Ausstellung wird jedoch durch rechteckige Ausstellungswände strukturiert, die eine sandfarbene »gewischte« Oberfläche aufweisen und vereinzelte schmale Aussparungen besitzen, die zwiebelförmig auslaufen. Zwischen diesen Wänden sind hohe Metallrahmen befestigt, die Reproduktionen von mittelalterlichen Darstellungen auf Gewebe enthalten. Die so gebildeten Nischen zeigen – teils unter Vitрины – kuratierte Objekte, wie Kommentare zu den Prophetenbüchern von jüdischen Gelehrten. Von der Decke eines Seitengangs der AE hängen Straßenschilder über den Köpfen der Besucher mit Namen wie »Judengasse« oder »Synagogenplatz«. In diesem Gang findet man zwei ca. drei Meter hohe Ausstellungsbauten in Form von stehenden aufgeschlagenen Büchern, in denen mittels eines Computers der eigene Name auf hebräisch geschrieben werden kann.



AE 3

Abb.30: »Glikl bas Judas Leib« hier wird das Leben der jüdischen Händlerin und Memorienschreiberin »Glikl« betrachtet. Die AE wird durch zwei räumliche Abschnitte gebildet. Erster Abschnitt: An einem Winkel der aus zwei blaugrauen Ausstellungswänden gebildet wird und mit Vitрины und Rahmen behangen ist, ist eine ca. 3,50 Meter sonnengelbe Scheibe vertikal befestigt. Sie hat einen Ausschnitt, unter dem auf einem Monitor Abbildungen zu sehen sind, die mit einem Drehrad angesteuert werden können. Schließlich steht in der AE eine horizontal ausgerichtete Glasvitrine mit Metallrahmen und quadratischen Metallbeinen. In dieser AE werden kuratierte Objekte gezeigt wie sie die Händlerin und Memoirenschreiberin »Glikl« benutzte: Münzwaage und Gewichte, Federkiel und Tintenfässer, eine Abschrift ihrer Memoiren, Zweiter Abschnitt: Dieser wird maßgeblich strukturiert durch zwei große Metallrahmen, die eine Reproduktion eines Gemäldes des Elbufers vor Hamburg zeigen und vor denen zwei mit Griffen versehene, aufgeklappte Holzkisten stehen, in die jeweils ein Touchscreen eingelassen ist, der ein interaktives Spiel anbietet.



AE 4

Abb.31: »Land- und Hofjuden« beleuchtet die Vertreibung der Juden aus den großen Städten während des 15./ 16. Jahrhunderts und die klägliche Existenz der Landjuden sowie die einflussreichen Positionen, die die sogenannten »Hofjuden« erlangten.

Ein graues »Stadttor« mit Wappen und einem Pappsoldaten steht am offiziellen Anfang der AE, die eine offene Zwischenebene besitzt und über zwei Treppenaufgänge bestiegen werden kann. Auf dieser Zwischenebene kommen dunkelblau gestrichene Ausstellungswände zum Einsatz. Im Erdgeschoss wird die AE durch gelbgestrichene Ausstellungswände bestückt. Unter der Treppe und zwischen zwei gelben Wänden steht ein ca. 1,30 Meter hohes und mehrere Meter langes tunnelartiges eierschalenfarbiges Gebilde, welches über einen gerundeten Eingang verfügt. In der Mitte des Raums ist eine bis zur Zwischenebene reichende Doppelhelix aus Kunststoff positioniert, in deren Stränge man von der Zwischenebene aus, Geld einführen kann, welches im Sockel gesammelt wird.



AE 5

Abb.32: »Moses Mendelssohn und die Aufklärung« führt aus, wie der Philosoph Mendelssohn für die Toleranz gegenüber verschiedener Religionen eintrat.

Die AE wird von mehreren raumhohen, dunkelblau lackierten und in den Raum geneigten rechteckigen Ausstellungsbauten strukturiert, die mit Vitrinen, Bilderrahmen und Objekthaltern bestückt sind. Ein ebenfalls schräger Raumwinkel aus zwei Ausstellungswänden in einem hochsaturierten Dunkelrot lackiert, ist mit Gemälden und Vitrinen behangen. Davor stehen graue, rechteckige Sockel mit Vitrinen. Drei fragil wirkende Aluminiumgestelle dienen als Halter für zwei geteilte kugelförmige Glasvitrinen, die von unten beleuchtet werden.



AE 6

Abb.33: »Tradition und Wandel« thematisiert die Gebote des religiösen jüdischen Alltags und deren Anpassung an veränderte Lebensumstände.

Auf von unten beleuchteten Holzpodesten, deren Ränder mit Linien aus beleuchteten Glaslinsen versehen sind, stehen Glasvitrinen und hohe Metallrahmen mit Fotos von Familiensituationen. Auf dem Podest steht ein hohes, rechteckiges Holzgestell mit bunt bemaltem Papierhimmel und einer Diskoleuchte aus Spiegelglasmosaiksteinchen, die bewegte Lichtpunkte unter den Himmel projiziert. Man hört eine harmonische Hochzeitsmusik von Schawa Brachot.



AE 7

Abb.34: »Im Schoße der Familie« beleuchtet den familiären Zusammenhalt als Grundlage für eine gesicherte Existenz und den sich wandelnden Einfluss von religiösen Bräuchen und Ritualen.

Metallrahmen mit Fotografien bürgerlicher Wohnungen aus dem 19./20. Jahrhundert strukturieren den Raum. Eine halbkreisförmige, apricotfarbene gestrichene Ausstellungswand ist mit gerahmten Familienfotos behangen. Eine apricotfarbene Ausstellungswand zeigt Ölgemälde. Rechteckige hohe Glasvitrinen, eine schwerere Holztruhe und ein Holztisch mit Glasplatte zeigen kuratierte Objekte, wie Aussteuerbestecke. Ein geschmückter Tannenbaum und ein schwarzer Flügel stehen im Raum, in dessen Nähe ein Oktett von Felix Mendelssohn Bartholdy zu hören ist. Im Hintergrund befinden sich zwei gegenüberstehende rechteckige, hohe Ausstellungsbauten mit eingelassene Vitrinen. Der auf dem Foto linke Ausstellungsbau ist türkis lackiert und trägt die Aufschrift »Stiftungen«. Der ihm gegenüberliegende Ausstellungsbau ist apricot lackiert und ist mit der Aufschrift »Bildung« versehen, deren Buchstaben verdreht sind.



AE 8

Abb.35: »Deutsche und Juden zugleich« thematisiert die kulturelle Zerrissenheit der deutschen Juden, die ab 1871 – für kurze Zeit – den Status gleichberechtigter Staatsbürger erlangten.

Auf den weißen Ausstellungswänden zieht sich ein langes, mehrfach abgewinkeltes Schriftband entlang, welches antisemitische Zitate zeigt. Ein Tisch, mit gemustertem Kunststoff beschichtet, zeigt mehrere Duschköpfe, die als »Hörduschen« funktionieren. Im Hintergrund findet sich ein großer Ausstellungsbau, dessen Oberfläche mit semitransparentem, weißen Acryl verkleidet ist. Zahlreiche Schubladen, Vitrinen und dynamische, analoge Exponate befinden sich auf und in dem Bau und an einer Stelle kann er durchschritten werden. Vor einem Void steht ein dunkelblaues »Kissengebirge«, über dem Postkarten der Lorely hängen und an dem das dazugehörige Gedicht von Heine zu hören ist. Vor dem Void steht eine Büste Heines und über zwei Okulare kann man Bilder von Heine, Denkmäler und Porträts von ihm betrachten.



AE 9

Abb.36: »Die Entstehung des modernen Judentums«

beleuchtet die Suche nach modernen Formen des Judentums, die auch den Unterricht an Schulen und die Gestaltung des Gottesdienstes umfasste.

Das Herzstück der AE wird durch ein kreisrundes, beleuchtetes Podest gebildet, auf dem eine fast raumhohe, orangefarbene Ausstellungswand mit drei großen rechteckigen Durchgängen steht. Gebogene, grau lackierte Ausstellungswände schmiegen sich partiell um das Podest und flankieren eine große Vitrine, unter der das Holzmodell einer Synagoge zu sehen ist. Gegenüber dem Modell stehen Schulbänke und Tische mit »Hörduschen«. Der Hintergrund der Szene wird durch eine hohe orangefarbene Ausstellungswand begrenzt, die ein großes Foto eines Klassenzimmers aus dem 19./20. Jahrhundert zeigt.



AE 10

Abb.37: »Moderne und Urbanität« fokussiert die Anziehungskraft der Metropole Berlin auf jüdische Kulturschaffende und Unternehmer.

Die AE weist eine offene, über eine Treppe zu erreichende Zwischenebene auf. Mehrere raumhohe Vitrinen mit einem vier-eckigen, spitzwinkligen Grundriss, sowie einem grauen Boden- und Deckelsockel, in dem Strahler befestigt sind, strukturieren den Ausstellungsabschnitt. Zwischen den von den Vitrinen und Wänden des Innenraums gebildeten Nischen stehen runde, blaue Hörstationen. Eine Anordnung von 9x10 Bilderrahmen erstreckt sich vom Boden bis zur Decke eines Wandabschnittes und zeigt Titelbilder aus der Welpresse vom Anfang des 20. Jahrhunderts. Gegenüber steht ein Tresorschrank vor einem Foto des Kassen-raums einer Bank.



AE 11

Abb.38: »Ost- und Westjuden« thematisiert die Sehnsucht der deutschen Juden nach Palästina und nach Osteuropa, wo viele Juden eine noch intakte jüdische Gemeinschaft vermuteten.

Die AE wird gestalterisch maßgeblich durch unterschiedlich hohe Ausstellungswände bestimmt. Diese stoßen in verschiedenen Winkeln aufeinander und sind rot oder grau lackiert. An vielen Stellen sind die Wände mit Edelstahlrohren im oberen Abschnitt ihrer Stirnseiten verbunden.



AE 12

Abb.39: »Erster Weltkrieg und Weimarer Republik« fokussiert den Einsatz deutscher Juden im ersten Weltkrieg, die Gleichstellung der deutschen Juden während der Weimarer Republik und deren Ende durch die Machtübernahme der Nationalsozialisten.

In dieser AE stehen mannshohe Vitrinen, deren aus Metallband geformte Konturen denen eines Soldaten mit Pickelhauben nachempfunden wurden; die Vorder- und Rückseite bestehen aus Glas. An den Wänden hängen Fotografien und in der Mitte der langgestreckten AE stehen zwei rechteckige Vitrinen mit grauen Sockeln. In einer Ecke befindet sich ein Baum aus korrodierten Metall-rohren, in dessen blattlose Äste Zettel mit einer Definition von »Gleichberechtigung« gehängt werden können. Davor hängen Plakate mobilegleich von der Decke bis zum Fußboden herab. Zwischen zwei schrägen Fensterbändern ist ein großes Plakat befestigt, das die Konturen der Fensterbänder aufgreift und einen Menschaufmarsch zeigt. Auf dem Plakat sind sechs weitere Plakate zu sehen. In einer Raumecke hängt ein Schild »Das Ende der Gleichberechtigung«.



Abb.40: »Verfolgung, Widerstand, Vernichtung« beleuchtet diese drei thematischen Felder von der Machtübernahme der Nationalsozialisten bis zum Ende des zweiten Weltkriegs. Eine große schwarze Ausstellungswand ist schräg in den Ausstellungsraum positioniert; sie dient als bebilderte Zeitleiste. Ihr gegenüber stehen senkrechte, schmale, grau lackierte Ausstellungswände, die von weißen Ausstellungswänden unterteilt werden und begehbare Nischen bilden. Raumhohe Metallrahmen mit Fotografien von der Einreise nach Amerika strukturieren den Teil der AE, der sich mit dem Thema »Emigration« beschäftigt. Unter Vitrinen stehen kuratierte Objekte, die mit ins Ausland genommen wurden, wie Koffer und Porzellan. Hinter einem im Raum platzierten, spitzwinkligen Dreieck aus weißen Ausstellungswänden findet man diverse Alltagsgegenstände, die Geschichten dokumentieren, wie die verfolgter Menschen, die versuchten im 3. Reich zu überleben.



Abb.41: »Die Gegenwart« thematisiert die deutsch-jüdische Annäherung der Gegenwart. Ein große Ausstellungswand zeigt Fotografien aus befreiten KZ's. Eine hier horizontal eingelassene Vitrine zeigt Fundstücke von KZ-Häftlingen. Ein Stück weiter steht ein Gerüst aus Stahl mit Vitrinen und grauen Tafeln. Dahinter befindet sich eine u-förmige Anordnung hellgrauer Ausstellungswände, in deren Inneren schlichte Holzbänke positioniert sind, über den partiell Kopfhörer hängen. Unter einer Leuchtstoffröhre steht ein u-förmiger schwarzer Tisch, mit Hockern davor. Weiterhin findet man in einer Raumecke einen Monitor, der in eine Wand eingelassen ist, die die Konturen von zusammenstehenden Menschen besitzt. Hieran schließt sich ein grüngestrichener Raumabschnitt an, mit Leuchtkuben, von dem aus man in den weißgestrichenen Feed-back Bereich der Dauerausstellung gelangt, in dem Monitore auf pinkfarbenen Ablagen stehen.

Betrachtung der Dauerausstellung unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Der weiteren Analyse der Dauerausstellung soll zunächst ein Rückgriff auf den eingangs beschriebenen Kontext des Jüdischen Museums vorangestellt werden. Dies geschieht mit der Absicht, an dieser Stelle zu verdeutlichen, dass sich das Museum mit seiner Dauerausstellung zwar zum Ziel gesetzt hat, »alle« Besucher unterschiedlicher Nationalitäten, Interessen und Erfahrungen im Allgemeinen mit seiner Dauerausstellung anzusprechen, aber ein besonderes Augenmerk auf die Zielgruppe der deutschen Jugendlichen, sowie deren Eltern legt und einem klaren bildungspolitischen Auftrag verpflichtet ist.

Betrachtet man die beschriebenen vierzehn Ausstellungsabschnitte der Dauerausstellung des Jüdischen Museums, so ist auffällig, wie vielfältig die Aus-

stellungsbauten und weiteren Gestaltungsmittel ausgeprägt sind und wie breit das Spektrum der gezeigten kuratierten Objekte ist. Bezüglich dieser Vielfalt muss zunächst festgestellt werden, dass sie tendenziell die unterschiedlichen Besucherbedürfnisse einer heterogenen Zielgruppe berücksichtigt: So können die Besucher unter den angebotenen Zugängen zu der Ausstellungsthematik wählen, ob sie ausgewählte Alltags- oder Kunstgegenstände, Filme oder Fotografien betrachten, oder sich über die spielerische oder informative Nutzung von dynamischen/ interaktiven Exponaten vertiefend mit einem Thema auseinandersetzen wollen.

Unter dem Einsatz des Beschreibungssystems soll nun festgestellt werden, mit welcher Ausprägung der drei Dimensionen der Ausstellungsgestaltung die Besucher angesprochen werden und in welchem Verhältnis die entwickelte Ausstellungsgestaltung zu dem spezifischen Kontext der Dauerausstellung des Jüdischen Museums steht.

Die Betrachtung der Gestaltung der Dauerausstellung soll mit der Fokussierung ihrer Gebrauchsdimension beginnen. Hierbei muss festgestellt werden, dass die Ausprägung der Gestaltungsmittel so beschaffen ist, dass die Besucher⁶¹ grundsätzlich in ihrer Handlungsabsicht, die Ausstellung zu besuchen unterstützt werden: So besteht beispielsweise das Licht der Ausstellung aus einer angenehmen Mischung aus Kunstlicht und Tageslicht, eine leistungsstarke Klimaanlage sorgt für angenehme Raumluft, die Ausstellungsbauten sind kippsicher positioniert, Podestkanten werden abgeflacht oder gekennzeichnet und die Texte sind den Exponaten überwiegend zuzuordnen. Die folgenden Aspekte der Gebrauchsdimension der Gestaltung der Dauerausstellung müssen jedoch eingehender betrachtet werden, denn sie prägen den für die Besucher erlebbaren Charakter der Dauerausstellung anteilig mit.

61 /// Diese Aussage bezieht sich auf Besucher, die nicht im Rollstuhl sitzen.

Unterscheidbarkeit von »Hands-on«-Modus und »Hands-off«-Modus

Wie einführend erwähnt, bietet die Dauerausstellung ihren Besuchern ein breites Spektrum an kuratierten Objekten und dynamischen/ interaktiven Exponaten. Die Voraussetzung für die Erschließung dieser vielfältigen Zugänge ist jedoch, dass sich den Besuchern die unterschiedlichen Modi von einem »Hands-off« Modus: nicht anfassen, zu einem »Hands-on« Modus: exploratives Verhalten ist erwünscht, bitte anfassen, klar erschließen.



Abb.42: Ermöglichter und verweigerter Zugriff auf kuratierte Objekte

Die Gestaltung der Dauerausstellung bietet dem Besucher eine klare Kennzeichnung der beiden einzunehmenden Modi an. Dies geschieht, indem alle Objekte die nicht angefasst werden sollen, entweder unter Vitrinen oder mit davor angebrachten Abstandshalter gezeigt werden; nur in seltenen Ausnahmen findet man ein »Bitte-nicht-berühren«-Schild auf einem Objekt. Der einfache Schluss aus dieser gestalterischen Maßnahme besteht darin, dass alle anderen Objekte per »Hands-on« Modus erkundet werden können. Durch diese klare Unterscheidung wird den Besuchern unmissverständlich signalisiert, mit welchem Aktionsgrad er sich an welcher Stelle in der Ausstellung einbringen kann; dies stellt die Voraussetzung dafür dar, dass die genannte Vielfalt der Objekte eindeutig genutzt werden kann.

Informationsmenge

Die hohe Anzahl der kuratierten Objekte und Gestaltungsmittel führt trotz der 3.500 qm Innenraum, die der Dauerausstellung zur Verfügung stehen, zu einer hohen visuellen Dichte. Diese nimmt an einigen Stellen der Ausstellung ein beachtliches Ausmaß an; exemplarisch zeigen dies die ausgewählten Abbildungen, auf denen die eher schmalen Ausstellungswände neben integrierten Vitrinen noch von mehreren Seiten eng mit Abbildungen und Texttafeln behangen sind.

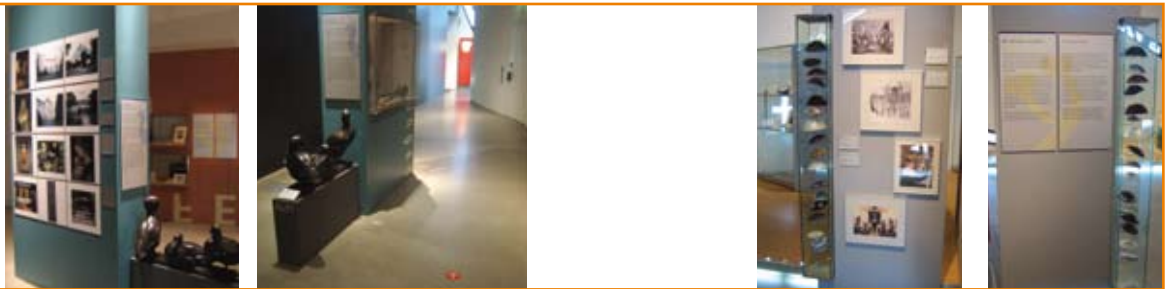


Abb.43: Dicht behangene Ausstellungsbauten

Thematische Zuordnung durch Gruppenbildung

Das Entwicklungsteam der Ausstellung wählte ein chronologisches Gliederungsprinzip für die Aufbereitung der Darstellung der 2000jährigen Geschichte der deutsch-jüdischen Geschichte. Dieses kann als sehr geeignet bezeichnet werden für die Auslegung der Ausstellung in dem zur Verfügung stehenden schmalen, unregelmässig abgewinkelten und lang gestreckten Innenraum des Libeskind-Baus, den Lackmann (2000: 221) treffend mit den folgenden Worten charakterisierte: »Dennoch findet sich der Besucher im Libeskind-Bau nicht in einem quasi amorphen Raum, [...]. Vielmehr durchschreitet er ein Raum-Kontinuum, das er beim Durchschreiten als Zeit-Kontinuum erfährt: es gibt immer ein Vorher und ein Nachher. In dieser Architektur ist es nicht möglich, die Zeit ›stillzustellen‹.«

Betrachtet man die gesamte Gestaltung der Dauerausstellung, so ist auffällig, dass nur wenige Gestaltungsmittel ausstellungsabschnittübergreifend eingesetzt werden. Zu diesem Repertoire gehören:

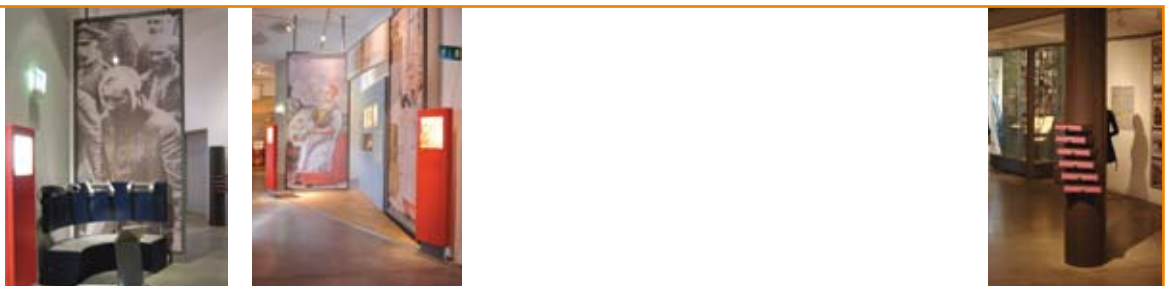


Abb.44: Ausstellungsabschnittübergreifend eingesetzte Gestaltungsmittel

Schwarze Säulen mit versetzt angeordneten Schubladen, die vertiefende Informationen zu ihrem jeweiligen Standort enthalten, halbrunde blaue Bänke mit Kopfhörern, die als Hörstationen eingesetzt werden und schließlich rote rechteckige Stelen, die passend zu dem jeweiligen Ausstellungsabschnitt einen bemerkenswerten Zeitgenossen mit Abbildungen und Text vorstellen. Der Vorteil dieser über die ganze Dauerausstellung verteilten Gestaltungsmittel liegt darin, dass der Besucher sie wiedererkennt und schnell lernt, welchen Zugang sie ihm zur Ausstellungsthematik anbieten.

Betrachtet man jedoch die vorangestellte Beschreibung der vierzehn chronologischen Ausstellungseinheiten, so muss festgestellt werden, dass durch die Ausstellungsgestaltung die klare Herausbildung von vierzehn einzelnen Abschnitten betont wird. Diese Abgrenzung wird erzeugt, indem jeder dieser Ausstellungsabschnitte durch unterschiedliche Ausstellungsbauten wie Wände oder Vitrinen strukturiert wird, die in ihrer Farb-, Form- und Materialwahl stark voneinander divergieren, innerhalb eines Ausstellungsabschnitts aber miteinander korrespondieren: So wird beispielsweise die AE 10: »Moderne und Urbanität« durch deckenhohe Glasvitrinen, mit grauen spitzwinkligen Sockeln strukturiert, die AE 11: »Ost und West« hingegen durch unterschiedlich hohe rechteckige, verschachtelt angeordnete Ausstellungswände, die in einem hoch saturierten Rot bzw. Grau lackiert sind und zwischen denen am oberen Ende jeweils ein Edelstahlrohr befestigt ist und für die AE 7: »Im Schoße der Familie« werden Türkis- bzw. Apricotöne als Farbgebung für die Ausstellungsbauten eingesetzt.

Diese charakteristische Ausprägung der einzelnen Ausstellungsabschnitte kann ein unterschiedliches Wirkungsspektrum beim Betrachter erzeugen, als dessen Antipoden die beiden folgenden genannt werden können: Durch die unterschiedliche Material-, Farb- und Formwahl wird die schon erwähnte visuelle Dichte der Dauerausstellung noch erhöht und die Besucher fühlen sich überfordert. Andererseits kann gerade bei der jungen Zielgruppe des Jüdischen Museums diese Vielfältigkeit Spannung und Neugierde erzeugen.⁶² Grundsätzlich bewirkt die unterschiedliche Gestaltung der einzelnen Ausstellungsabschnitte jedoch, dass diese als Gruppe vom Besucher wahrgenommen werden können und sie unterstützt ihn dabei, die thematische Zusammengehörigkeit der einzelnen Ausstellungseinheiten schnell zu erfassen.

⁶² /// Gombrich (1982: 21) kommentiert diesen Zwiespalt mit den treffenden Worten: »Aber wie wir auch den Unterschied zwischen ›regelmäßig‹ und ›unregelmäßig‹ analysieren, letzten Endes müssen wir die Grundtatsache des ästhetischen Erlebnisses finden, die Tatsache, daß das Vergnügen irgendwo zwischen Langeweile und Verwirrung liegt. Wenn Eintönigkeit die Aufmerksamkeit erschwert, wird ein Übermaß von Neuem das System überladen und wir geben uns geschlagen [...]«

Lediglich beim letzten Ausstellungsabschnitt löst sich dieses Prinzip der Gruppenbildung auf und zerfällt in ein Sammelsurium diverser Ausstellungsbauten, die weder durch ihr Material, noch durch ihre Farb- und Formgebung aufeinander Bezug nehmen. Dieser Umstand kann als heikel bezeichnet werden, denn der letzte Ausstellungsabschnitt findet in einem komplexen Abschnitt des Innenraums statt, der durch ein großes zweigeteiltes Void entsteht und gerade in dieser räumlichen Situation könnte die Gruppenbildung den Besucher in seiner Orientierung unterstützen. Die Anordnung der Ausstellungsabschnitte im Innenraum des Libeskind-Baus soll im nächsten Abschnitt näher betrachtet werden.

Anordnung der Ausstellungsabschnitte im Libeskind-Bau

Die vertikalen Ausrichtungen der fünf Voids im Libeskind-Bau unterteilen den Innenraum an den Stellen ihrer Durchdringung in zwei Korridore und strukturieren ihn maßgeblich. Die Anordnung der vierzehn Ausstellungsabschnitte geht auf diese architektonische Gegebenheit so ein, dass jeweils ein bis zwei Ausstellungseinheiten zwischen den Voids positioniert sind und die Korridore somit als Übergänge in den nächsten Ausstellungsabschnitt benutzt werden. Die auf den Boden geklebten roten Orientierungspunkte kennzeichnen hierbei immer den Korridor, der als Teil der offiziellen Wegführung zu dem Bereich des neuen Ausstellungsabschnittes führt, in dem der Einführungstest zu finden ist. Im letzten Abschnitt der Dauerausstellung kommt es zu einer »Überkreuzung von roten Punktlinien« und es entsteht die schon beschriebene konfuse Ausstellungssituation:

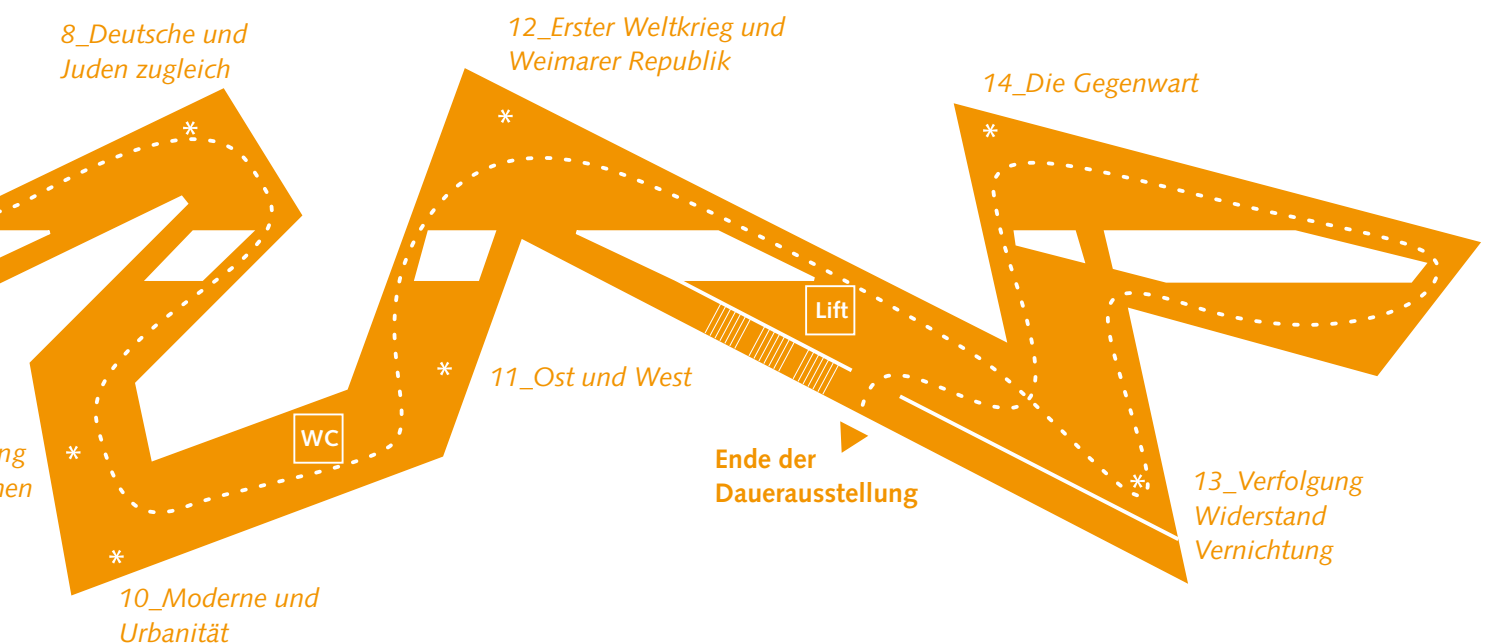


Abb.45: Überkreuzung der Wegführung

Maßgeblich beteiligt an diesem Umstand ist die Tatsache, dass der Ausgang der Dauerausstellung in dem räumlichen Abschnitt der dreizehnten Ausstellungseinheit angeordnet ist und die Besucher, um die vierzehnte Ausstellungseinheit zu begehen, rechts um das große Void geleitet werden. Diese Wegführung wirkt sich so aus, dass die Besucher nach der dreizehnten Ausstellungseinheit an dem Feedbackraum der Ausstellung vorbei geführt werden, mit weiterem Blick auf den Abschlussraum – dessen sinnlich-affektive Wirkung, die später noch eingehender thematisiert werden soll, eine starke Versuchung darstellt, den Ausstellungsgang abzukürzen und die Ausstellung hier enden zu lassen.

Zweifelsohne kann es als eine grosse Herausforderung betrachtet werden, in dieser von der Architektur bestimmten räumlichen Situation, Orientierung zu erzeugen. Durch die Wegführung im letzten Abschnitt der Dauerausstellung, wird jedoch ein zerfasertes Ende des Besuchs der Dauerausstellung bewirkt, die einen pointierteren Schluß vertragen könnte.

Nach der Analyse der Ausprägung der Gebrauchsdimension der Dauerausstellung des Jüdischen Museums soll sich im Folgenden die Betrachtung der semantischen Dimension anschließen. Gemäß der äußerst diffizilen und sensiblen Thematik und dem damit verbundenen bildungspolitischen Anspruch des Jüdischen Museums, ist es von besonderem Interesse zu untersuchen, durch welche Auswahl an kuratierten Objekten, Ausprägungen von Gestaltungsmitteln und weiteren inszenatorischen Maßnahmen wie Positionierung oder Zusammenstellung von Arrangements, Bedeutungskonstrukte erzeugt werden sollen.

Betrachtet man die semantische Dimension der Dauerausstellung des Jüdischen Museums, so muss zunächst festgestellt werden, dass sie auf eine bewusst mehrfach lesbar angelegte Inszenierung mit assoziativen Deutungsgeflecht verzichtet. Stattdessen legt die Dauerausstellung ihrer Zielgruppe klare Deutungsstrukturen nahe, die durch die kuratorische Auswahl der Objekte und die Ausprägung der Gestaltungsmittel erzeugt werden und die im Folgenden auch »Kontextualisierungsstrategien« genannt werden sollen.

Hierbei können im Wesentlichen vier Ansätze unterschieden werden, die in der Dauerausstellung zum Tragen kommen: Erstens Kontextualisierung durch Texte, zweitens durch Ensemblebildung, drittens durch Szenenbildung und viertens durch Personalisierung:

1 // Kontextualisierung durch Texte

Jedes ausgestellte kuratierte Objekt und jedes dynamische/interaktive Exponat der Dauerausstellung wird grundsätzlich durch einen Text erläutert. Wie das Textkonzept ausgearbeitet und gestaltet ist, wird in dem Analyseabschnitt 4.5.1 »Texte« detailliert betrachtet.

2 // Kontextualisierung durch Ensemblebildung

Hierunter kann eine Ansammlung kuratierter Objekte verstanden werden, die durch inszenatorische Maßnahmen als Gruppe wahrnehmbar sind und sich als Bedeutungsträger ergänzen sollen. Als besonders gelungenes Beispiel kann die »Schabbat-Tafel« aufgeführt werden:

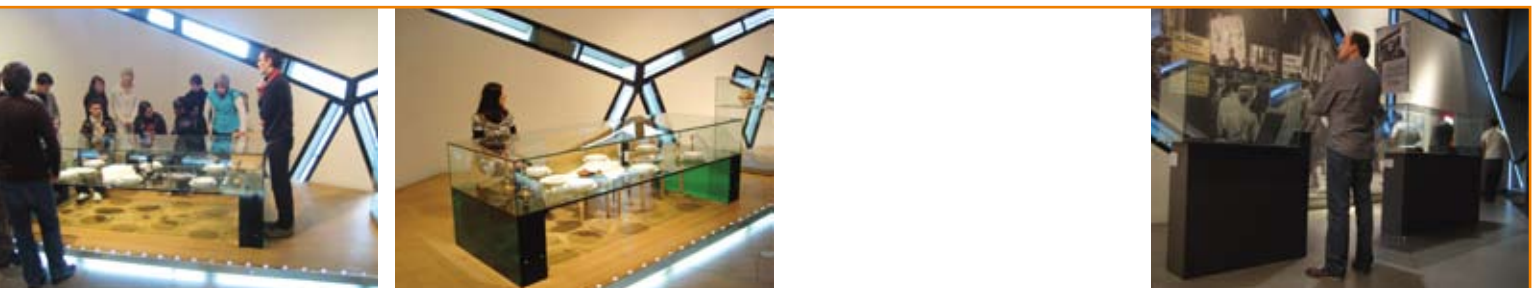


Abb.46: Schabbat-Tafel; rechts: »Plakat-im-Plakat« vor zwei Vitrinen

In einer horizontal ausgerichteten Glasvitrine, die auf zwei seitlichen Glasstützen steht, werden kuratierte Objekte wie Teller, Essbestecke und Kerzenleuchter, gezeigt. Doch anstatt diese kuratierten Objekte gesondert voneinander zu zeigen, werden sie hier unter Hinzufügung einer Flasche Wein und Brot zu einem gedeckten Tisch angeordnet, um die intendierte Deutung der kuratierten Objekte als Bestandteile einer Schabbat-Tafel zu unterstützen. Der Eindruck des solchermaßen erzeugten Ensembles wird verstärkt durch die Gestaltung der Vitrine, die Assoziationen zu einem Tisch nahelegt und der Möglichkeit, sich mit Stühlen an den »Vitrinen-Tisch« zu setzen.

Die arrangierten Ensembles der Dauerausstellung geraten jedoch an ihre Grenzen, wenn durch die Darstellung eines kuratierten Objekts, ein anderes

nicht mehr vollständig betrachtet werden kann. So zeigt die Abbildung rechts ein großes Foto, welches in seinem Format dem spitzwinkligen Wandplatz zwischen zwei Glasadern angepasst ist und einen Menschaufmarsch vor einem Geschäft im Jahr 1933, nach einem Boykottaufruf jüdischer Geschäfte, zeigt. Dieses Motiv fungiert aber nur als Hintergrund für sechs weitere Plakate und Fotografien. Durch diese verschiedenen Darstellungsebenen wird es dem Betrachter erschwert, sich nur auf einen Informationsträger zu konzentrieren und so scheinen die »Plakate im Plakat« um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu buhlen und sich gegenseitig ihrer Wirkung zu berauben.

3 // Kontextualisierung durch Szenen

Ähnlich wie die vorangestellte beispielhaft analysierte Ensemblebildung wirkt auch die Szenenbildung, die am Beispiel des Ausstellungsabschnitts »Im Schoße der Familie« vorgestellt werden soll. Der Unterschied wird hier lediglich daran festgemacht, dass der Ansatz, durch eine Szenenbildung Deutung nahe zu legen, als umfassender bezeichnet werden und durchaus mehrere Ensemblebildungen zu einer Szene vereinigen kann.



Abb.47: Aussteuervitrine mit Heiratsannoncen

So findet man im Ausstellungsabschnitt »Im Schoße der Familie« diverse raumhohe Metallrahmen mit Reproduktionen von Fotografien bürgerlicher Salons auf Gewebe; ein Ensemble bestehend aus einer schweren hölzernen Vitrine, deren Gestaltung Assoziationen zu einer Aussteuervitrine nahelegen

– zumal in ihrem Inneren Aussteuerbesteck und Geschirr und darüber Reproduktionen von Heiratsannoncen zu sehen sind – sowie ein geschmückter Tannenbaum, ein Konzertflügel und diverse rechteckige Vitrinen, die kuratierte Objekte, wie ein Chanukkah Büchlein oder eine Taschenuhr zeigen. Zahlreiche Familiengemälde werden auf einer apricotfarbenen Wand gezeigt, die an eine Ahnengalerie erinnert. Die verschiedenen Bedeutungsträger ergänzen sich somit in ihrer Auswahl und Gestaltung zu einer Szene, die man den »Bürgerlichen Salon« nennen könnte, ohne dass dieser rekonstruiert wirken würde. Unterstrichen wird diese Deutung noch durch die sinnlich-affektive Wirkung der hier gespielten Komposition von Felix Mendelssohn Bartholdy, deren harmonischen Klänge Assoziationen an die Gедiegenheit eines bürgerlichen Salons erzeugen.

4 // Kontextualisierung durch Personalisierung

Schließlich werden in der Dauerausstellung des Jüdischen Museums in Berlin, den Besuchern durch personalisierte Ensemblebildungen Deutungsstrukturen nahegelegt. Dies geschieht, indem an Hand der Geschichte eines Individuums, ausgewählte kuratierte Objekte ausgestellt werden und die Gestaltung Bezug nimmt zu dieser Geschichte.

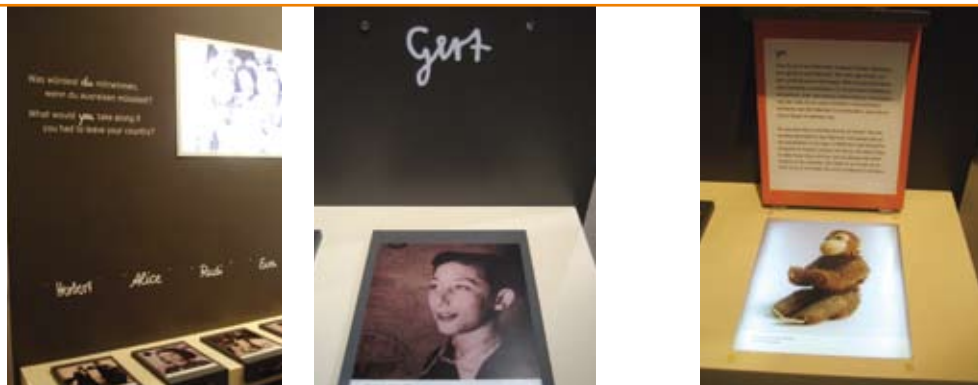


Abb.48: Beispiel für eine personalisierte Kontextualisierungsstrategie

Die Abbildungen zeigen einen Bereich aus der AE: »Verfolgung, Widerstand, Vernichtung«. Hier steht auf einer schwarzen Ausstellungswand die Frage: »Was würdest du mitnehmen wenn du ausreisen müsstest? Das »du« und die darunter horizontal angeordneten Vornamen sind in einer weißen Schreibrift geschrieben, deren Duktus Konnotationen an eine Kinderschrift nahelegt. Unterhalb der Vornamen sind Klappen mit Fotografien von Kindern zu sehen. Öffnet man die Klappe, so findet man beispielsweise unter dem

Namen »Gert« das Foto eines Spielzeugaffen und einen Text, der erklärt, dass dieser Affe einst auf dem Lenkrad seines Fahrrades saß und er ihn 1939 bei seiner Emigration ohne Familie und Freunde in seinem stark limitiertem Gepäck mit nach Schweden nahm. Wie dieses Beispiel sehr treffend zeigt, wird durch die Personalisierung eine gezielt emotionale Ansprache des Besuchers erzeugt, wie in diesem Fall die der Empathie.

Diese praktizierten Kontextualisierungsstrategien der Dauerausstellung tragen dazu bei, dass die Besucher bei ihrer Begegnung mit kuratierten Objekten und interaktiven/ dynamischen Exponaten nicht sich selbst überlassen werden – an Stelle eines offenen Interpretationsfeldes werden den Besucher eindeutige Deutungsangebote nahegelegt. In dieser konsequenten Haltung fällt eine Ausnahmesituation auf; – und zwar handelt es sich hierbei um die sogenannte »Kinderinsel«. Diese besteht aus verschiedenen Bereichen, die in unregelmäßigen Abständen in den vierzehn Ausstellungsabschnitten auftauchen. Das Herzstück dieser Kinderinsel befindet sich in einer räumlichen Nische der AE 11: »Erster Weltkrieg und Weimarer Republik«: Hier findet man in krasssem Gegensatz zur Formalästhetik der Gestaltungsmittel der AE 11, überdimensionierte Mikadostäbe in rot-gelb Tönen und Holzregale, die gefüllt sind mit allerlei Basteleien. »Was macht eigentlich ein Museum?« lautet die Frage auf einer Wandtafel. Überrascht diese Kinderinsel an dieser Stelle des Ausstellungsabschnittes – denn es handelt sich gewissermaßen um eine »konspirative« Ausstellung, die in dem Lageplan der Dauerausstellung keine Erwähnung findet – so erklärt sie dann aber auch einige »Gestaltungsphänomene« in anderen Ausstellungsabschnitten:

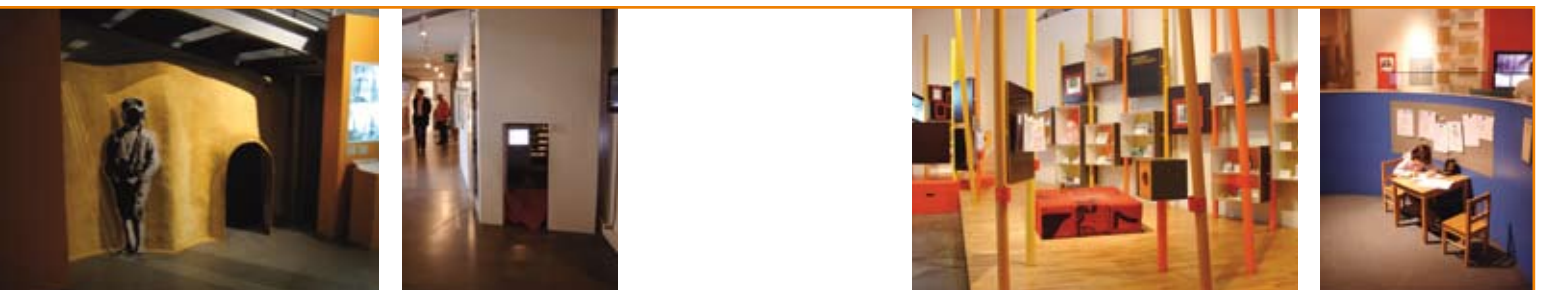


Abb.49: »Kinderinseln« in der Dauerausstellung

So schlängelt sich beispielsweise unter der Treppe der Zwischenebene der AE 4 »Land- und Hofjuden« ein tunnelartiges Gebilde, vor dessen Eingang eine Pappfigur steht, deren ausgespartes Gesicht offensichtlich auf eine

Komplettierung wartet. Oder in der AE 7 »Im Schoße der Familie« stehen ein Kindertisch und zwei Stühle, an denen gemalt werden darf. Diese »Ausstellung-in-der-Ausstellung« wirkt unentschlossen und lässt Assoziationen an das Bällchen-Bad eines großen schwedischen Möbeldiscounters aufkommen – denn im Gegensatz zu dem beschriebenen Herzstück der Kinderinsel fehlt in den anderen erwähnten Kinderbereichen jeglicher Hinweis darauf, warum sie dort positioniert sind, d.h. es fehlt sowohl eine textliche Erklärung als auch eine, die sich aus dem thematisch/ gestalterischen Zusammenhang des jeweiligen Ausstellungsabschnitts ergeben könnte. Dass es auch selbstverständlicher gehen kann, zeigt ein Bereich in der AE 10: »Moderne und Urbanität«, in dem u.a. viele filmische Produktionen der Filmmetropole Berlin gezeigt werden. Der Kinderbereich referenziert diese Thematik und so wird unter der Treppe einer Zwischenebene der Station, hinter einer einsehbaren Abtrennwand und vor einer kleinen Kissenlandschaft der Walt-Disney-Film »Alice und die Feuerwehr« aus dem Jahr 1926 gezeigt.

Wurde die Gestaltung der Dauerausstellung des Jüdischen Museums bis hierher ausschließlich unter der Betrachtung der Gebrauchs- bzw. der Semantischen Dimension betrachtet, so soll nun der Fokus auf die sinnlich-affektive Ansprache der Besucher in der Dauerausstellung gerichtet werden. Hierbei scheint nach dem jetzigen Stand der Analyse von besonderem Interesse zu sein, in welchem Verhältnis die sinnlich-affektive Dimension der Ausstellungsgestaltung zu den nahegelegten Deutungsstrukturen der semantischen Dimension steht: Droht eine spektakulär sinnlich-affektive Dimension von den klaren Deutungsstrukturen abzulenken oder wird auf eine ausgeprägt sinnlich-affektive Ansprache der Besucher verzichtet?

Bei der Betrachtung der Ausstellungsabschnitte kann festgestellt werden, dass die sinnlich-affektive Ansprache der Besucher durch eigens zu diesem Zwecke gestaltete Objekte erfolgt, die als wohlgesetzte »Erlebnisstationen« innerhalb der Dramaturgie der Ausstellungsgestaltung positioniert werden. Diese treten somit nicht in Konkurrenz zu den angebotenen Deutungsstrukturen, sondern ergänzen sie atmosphärisch.

Im Folgenden sollen zwei sinnlich-affektive Objekte vorgestellt werden, die beide an strategisch wichtigen Stellen innerhalb des Verlaufs der Dauerausstellung positioniert sind, nämlich in der Mitte und am Ende der Ausstellung.

Die »Heinrich-Heine Sitzlandschaft«

Beim Begehen der ersten Hälfte der Dauerausstellung durchläuft der Besucher das komplette zweite Obergeschoss des Libeskind-Baus und passiert sieben Ausstellungsabschnitte. Betritt er mit dem ersten Obergeschoss die zweite Hälfte der Ausstellung, so fällt sein Blick am Ende der achten Ausstellungseinheit: »Deutsche und Juden zugleich« auf ein großes, amorphes, blaues Stoffgebirge.

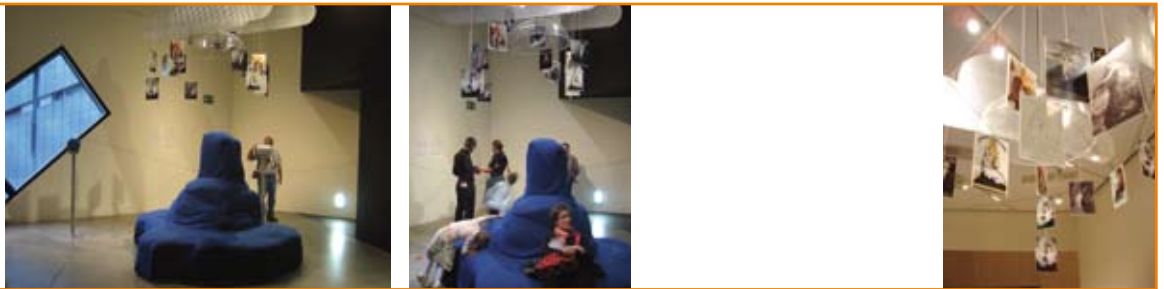


Abb.50: »Heinrich-Heine-Sitzlandschaft«

Oberhalb der Sitzlandschaft hängt ein Mobile mit Lorely-Abbildungen, zwischen denen ein Lautsprecher befestigt ist, über den eine wohlklingende Stimme Heinrich Heines Gedicht der Lorely zitiert. Durch die gebogenen Stahlgitternetze einer stilisierten, sich leicht bewegenden Wolke entsteht ein angenehmes Lichtspiel und durch ein großes Fenster kann auf einen Abschnitt des Libeskind Gebäudes und der Umgebung des Museums geschaut werden. Die formalästhetische Ausprägung dieser Sitzlandschaft erzeugt eine unmittelbar einladende und entspannende sinnlich-affektive Wirkung, welches den Impuls auslöst, sich mitten in das Stoffgebirge hineinzubegeben um nach der Durchschreitung der Hälfte der Ausstellung – die wahrscheinlich auch als Leiberfahrung spürbar ist – eine kleine Verschnaufpause einzulegen und dabei den Gedichten von Heine zu lauschen.

Der »Rasenraum«

eine ähnlich sinnlich-affektive Wirkung wie die Heinrich-Heine Sitzlandschaft geht von dem »Rasenraum« aus. Nach 3.500 qm, verteilt auf zwei Geschosse, die die Besucher bei ihrem Besuch der Dauerausstellung durchschreiten, stoßen sie in der letzten AE: »Die Gegenwart« gewissermaßen auf die Schlusszene der Dauerausstellung – den »Rasenraum«. Dieser steht in einem krassen Kontrast zu den weiß gestrichenen Wänden des bisher durchschrittenen Innenraums:

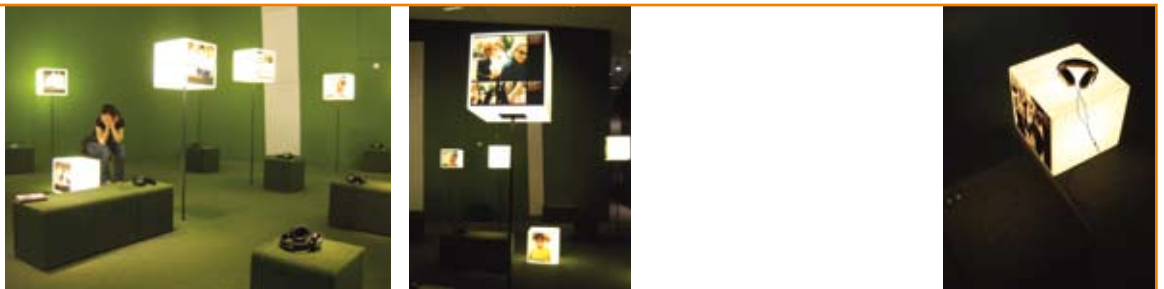


Abb.51: Details des »Rasenraums«

Die Wände sind in einem »satten« hochsaturierten Grün gestrichen, auf dem Fußboden liegt ein grüner Filzteppich und grün bezogene Sitzkuben stehen für die Besucher bereit; durch warm weiß beleuchtete Kuben und einem Fenster wird der Raum schwach beleuchtet. Nach den vielfältigen Eindrücken der Dauerausstellung erzeugt der grüne Raum eine entspannende Wirkung und lädt zudem die Besucher dazu ein, Geschichten von Juden in Deutschland, die nach 1945 geboren wurden via Text und Foto oder als Tonaufnahme zu verfolgen.

Zwischenfazit zur Analyse der Inszenierungsmittel

Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums verfolgt gemäß ihrem formulierten Kontext einen klaren bildungspolitischen Auftrag. Während im Untergeschoss des Libeskind-Baus Emotionen der Besucher provoziert werden, wird mit der Dauerausstellung die Botschaft des Museums formuliert. Zwecks eindeutigen Verständnisses dieser Botschaft wird auf eine bewusst mehrfach lesbar angelegte Inszenierung mit assoziativem Deutungsgeflecht verzichtet, stattdessen legt die Dauerausstellung ihrer Zielgruppe klare Deutungsstrukturen nahe, die im wesentlichen durch vier unterschiedliche Kontextualisie-

rungsstrategien erzeugt werden. Die sinnlich-affektive Ansprache der Besucher erfolgt innerhalb der Dramaturgie der Ausstellung als wohlgesetzte atmosphärische Ergänzung der angebotenen Deutungsstruktur. Hierbei bietet die Dauerausstellung ihrer jungen und internationalen Zielgruppe ein breites Repertoire an unterschiedlichen kuratierten Objekten und dynamischen/interaktiven Exponaten, was als Maßnahme begriffen werden kann, für unterschiedliche Besucherbedürfnisse verschiedene Zugänge zur Ausstellungsthematik zur Verfügung zu stellen. Durch eine gut ausgeprägte Gebrauchsdimension werden die Besucher in ihrer Handlungsabsicht unterstützt, diese Vielfältigkeit zu erleben. So signalisiert eine klare Kennzeichnung der beiden von den Besuchern einzunehmenden Modi »hands-on« bzw. »hands-off«, mit welchem Aktionsgrad und an welcher Stelle sich der Besucher in die Ausstellung einbringen kann. Das breite Spektrum kuratierter Objekte und dynamischer/ interaktiver Exponate führt jedoch auch zu einer hohen visuellen Dichte der Ausstellung und kulminiert in den Bemühungen, auch noch der Zielgruppe der Kinder gerecht zu werden und zusätzliche Kinderinseln in der Dauerausstellung zu installieren, die jedoch auf Grund ihrer fehlenden gestalterischen und thematischen Einbettung in die jeweilige Ausstellungseinheit befremden.

Zwecks einer eindeutigeren thematischen Zusammengehörigkeit der vierzehn chronologischen Ausstellungseinheiten, werden die einzelnen Ausstellungsabschnitte so gestaltet, dass sie in ihrer Farb-, Form- und Materialwahl stark divergieren.

Im letzten Ausstellungsabschnitt löst sich das Prinzip der Gruppenbildung auf und unterstützt durch eine ungeschickte, sich überkreuzende Wegführung entsteht eine irritierende Raumsituation, die zu einem zerfasertem Ende der Dauerausstellung führt.

4.5// ANALYSE DER INTERNEN KOMMUNIKATIVEN GESTALTUNGSMITTEL

Die Analyse der internen kommunikativen Gestaltungsmittel der Dauerausstellung des Jüdischen Museums umfasst zwei Abschnitte. Im ersten Abschnitt sollen, wie in der Analyse der Inszenierungsmittel der Dauerausstellung angekündigt, das entwickelte Textkonzept und die dynamischen/ interaktiven Exponate detaillierter untersucht werden, also jene Gestaltungsmittel, die den Besuchern mit informativer/ spielerischer Absicht in der Ausstellung angeboten werden. Im zweiten Abschnitt soll hingegen das entwickelte Orientierungssystem des Jüdischen Museums und das Personal des Besucherservice thematisiert werden.

ABSCHNITT 1

4.5.1 // TEXTE

In der Analyse der Inszenierungsmittel der Dauerausstellung wurde festgestellt, dass eine grundsätzliche Kontextualisierungsstrategie der Dauerausstellung darin besteht, den Besuchern erläuternde Texte zur Ausstellung anzubieten. Im Folgenden sollen diese Texte näher betrachtet werden. Hierbei muss zunächst bemerkt werden, dass für die Dauerausstellung ein deutsch/ englisches Textkonzept entwickelt wurde, dessen Gliederung in fünf inhaltliche und gestalterische Ebenen kurz vorgestellt werden soll:



1 Begrüßungstext Dauerausstellung: Überschrift in rot abgesetzt, Fließtext in schwarz. **2** Einführende Texte Ausstellungsabschnitte: Kopfleiste mit graphischer oder bildhafter Abbildung aus dem thematischen Bereich. Farbliche Codierung der Überschrift: Blau – Deutsch; Orange – Englisch. **3** Bereichstexte: Bestehend aus jeweils zwei Texttafeln. Linke Texttafel auf deutsch: horizontal blaue Kopfleiste und Überschrift; rechte Texttafel auf englisch: horizontal orange Kopfleiste und Überschrift. Hebräischer Buchstabe in hellgelb als gemeinsamer Hintergrund. **4** Gruppentext: Überschriften und Fließtexte in beiden Sprachen in schwarz. Vertikal angeordnete blaue und orange Balkenabschnitte in Höhe der jeweiligen Überschriften. **5** Objekttext: Überschriften und Fließtexte in beiden Sprachen in schwarz. Vertikal angeordnete blaue und orange, aufeinander stoßende Balkenabschnitte.

Abb.52: Textkonzept der Dauerausstellung

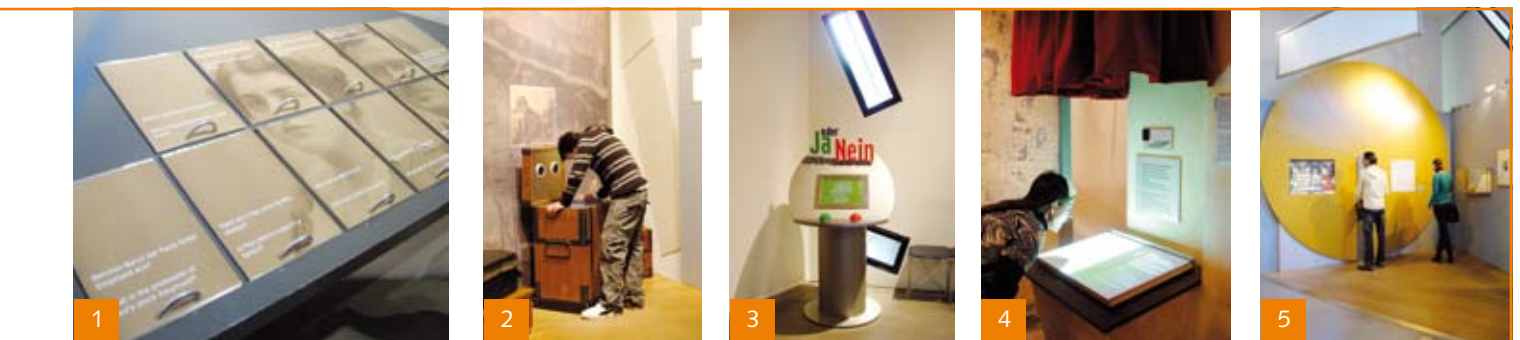
Betrachtung des Textkonzepts unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Die gestalterische und inhaltliche Ausprägung des Textkonzepts der Dauerausstellung unterstützt den Besucher bei seinem Gang durch die Ausstellung durch eine starke Gewichtung seiner Gebrauchsdimension. Diese wirkt sich so aus, dass durch die Aufbereitung der Textmengen auf fünf Ebenen ermöglicht wird, den Besuchern innerhalb eines Ausstellungsabschnitts die erforderlichen inhaltlichen Informationen für das jeweils zu Sehende zur Verfügung zu stellen. Die einzelnen Texte sind leicht verständlich geschrieben und gut lesbar gesetzt. Die farbliche Codierung unterstützt die Unterscheidung der beiden angebotenen Sprachen. Durch die Positionierung an den entscheidenden Schlüsselszenen innerhalb der Dauerausstellung und einer klaren Zuordnung von Text zu Bereich/ Gruppe/ Objekt, wird den Besuchern auch selektives Lesen ermöglicht. Betrachtet man die semantische Dimension der beschriebenen formalästhetischen Ausprägung der Texte, so kann festgestellt werden, dass Einführungstexte der einzelnen Ausstellungsabschnitte durch die bebilderte Kopfleiste Bezug nehmen zu der jeweiligen inhaltlichen Thematik des Ausstellungsabschnittes. So zeigt beispielsweise der Einführungstext zur Ausstellungseinheit: »Die mittelalterliche Welt von Aschkenas« in seiner Kopfleiste die verwinkelten Gassen einer mittelalterlichen Stadt. Die Bereichstexte hingegen referenzieren durch ihre im Hintergrund gezeigten hebräischen Buchstaben auf die übergreifende Ausstellungsthematik der Dauerausstellung – die der kulturellen Gemeinschaft der Juden in Deutschland.

Das so konzipierte und gestaltete Textkonzept der Dauerausstellung bietet den Besuchern die Texte direkt neben den betrachteten Bereichen/ Gruppen/ Objekten an. Diese Darstellung führt in einigen Ausstellungssituationen zu einer dichten Ansammlung von Texten, ermöglicht den Besuchern aber andererseits einen Zugriff auf Textinformationen an der Stelle, an der er sie benötigt. Die Beschränkung der Darstellung der Gruppen- und Objekttexte auf die Gestaltungselemente Schrift und Farbe führt zu einer Reduzierung der visuellen Komplexität dieser häufig eingesetzten Textebenen. Durch den Verzicht auf eine akzentuiert ausgearbeitete sinnlich-affektive Dimension des Gestaltungsmittels Text wird vermieden, dass dieses in Konkurrenz zu der Inszenierung der Dauerausstellung tritt.

4.5.2 // DYNAMISCHE/ INTERAKTIVE EXPONATE

Wie schon in der Analyse der Inszenierungsmittel ausgeführt wurde, wird den Besuchern der Dauerausstellung ein ganzer Reigen vielfältiger dynamischer/ interaktiver Exponate angeboten. Diese analogen und digitalen Exponate decken ein breites inhaltliches Spektrum ab, welches auf informative und spielerische Art aufbereitet wird und ermöglichen den Besuchern, durch ihre Benutzung ein Repertoire unterschiedlicher Handlungen zu vollziehen. Diese Vielfältigkeit an dynamischen/ interaktiven Exponaten soll im Folgenden durch eine repräsentative Auswahl vorgestellt werden, an Hand derer dann die weitere Untersuchung vollzogen werden soll.



1_ In der Dauerausstellung werden viele einfache dynamische Exponate eingesetzt, die unter Benutzung von Dreh- und Klappmechanismen dem Besucher eine zusätzliche Informationsebene zu einem kuratierten Objekte bieten. »Anna und Paul«: Das ausgewählte Beispiel zeigt auf seiner Außenseite, das Foto der Verlobten Anna und Paul. Unter den Klappen verbergen sich Dokumente, des Detektivbüros »Salamonski & co«, welches Anna's Eltern beauftragten, um die Integrität ihres künftigen Schwiegersohns zu überprüfen. **2_** »Glikls Reisetruhe«, stellt eine digitale interaktive Anwendung dar, die den Besucher mittels eines Touchscreen dazu einlädt, der Handelsreisenden Glikl beim Kofferpacken für ihre Geschäftsreise zu helfen. **3_** »Ja/Nein-Station«: Hier wird der Besucher durch die Betätigung eines grünen/ roten Knopfes dazu aufgefordert, für oder gegen eine politische Entscheidung zu votieren. **4_** »Talmud«: Pustet der Besucher über die Oberfläche des Bildschirms, so kann er den Aufbau einer Talmudseite verfolgen. **5_** Das »Rad des Lebens« besitzt ein Drehrad durch dessen Einsatz, verschiedene Bildfolgen zum Thema »Frau und Geburt« angesteuert werden können.

Abb.53: Ausgewählte dynamische/ interaktive Exponate

Betrachtung der dynamischen/ interaktiven Exponate unter Einsatz des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Unter dem Einsatz des Beschreibungssystems soll nun untersucht werden, mit welcher Ausprägung der drei Dimensionen der Gestaltung der dynamischen/ interaktiven Exponate die Besucher aufgefordert werden sollen, sie zu nutzen. Von besonderem Interesse ist hierbei auch herauszuarbeiten, wie die dyna-

mischen/ interaktiven Exponate in die Dauerausstellung des Jüdischen Museums eingebunden werden.

Die Untersuchung der dynamischen/ interaktiven Exponate soll mit der Fokussierung ihrer Gebrauchsdimension beginnen. Hierbei sollen zwei wesentliche Punkte näher betrachtet werden. Dies ist zum einen die Sichtbarmachung von Bedienung, zum anderen die Definition guter konzeptioneller Modelle für die Benutzung der dynamischen/ interaktiven Exponate.

Sichtbarmachung von Bedienung

Dieser Betrachtungsaspekt knüpft an die Feststellung an, die in der Analyse der Inszenierungsmittel formuliert wurde – nämlich, dass die Dauerausstellung ihren Besucher eine eindeutige Auszeichnung des einzunehmenden »Hands-on« bzw. »Hands-off«- Modus anbietet. Ermöglicht diese grundsätzliche Kennzeichnung dem Besucher zu unterscheiden, mit welchem Aktionsradius er sich die jeweilige Ausstellungssituation erschließen darf, so ist eine klare Sichtbarmachung von Bedienung als die Voraussetzung anzusehen, ein dynamisches/ interaktives Exponat überhaupt nutzen zu können. Neben der Kennzeichnung »dieses Exponat darf berührt werden«, geht es also darum, dass die Besucher angezeigt bekommen »und Folgendes kann mit ihm getan werden«.

Betrachtet man die vorangestellte Beschreibung der Auswahl der fünf dynamischen/ interaktiven Exponate so kann festgestellt werden, dass durch ihre Gestaltung den Besuchern eine klare Sichtbarmachung von Bedienung angeboten wird. Dies wird im Wesentlichen durch die folgenden beiden Maßnahmen erreicht:

1 // Klare Herausstellung von Bedienelementen: So verweisen die Griffe des dynamischen Exponats »Anna und Paul« darauf, wie die Klappen zu öffnen sind; die halbrunden, deutlich dimensionierten und farblich codierten Bedienelemente der »Ja-/Nein-Station zeigen unmissverständlich auf, dass sie gedrückt werden wollen und für das Bedienelement des »Rad des Lebens« wurde die Drehfunktion in die entsprechende Form eines Drehrades übersetzt mit aufgeführter Richtungsanzeige.

2 // Erläuterung der Bedienung durch eindeutige Instruktion: Durch eine einfache, international zu verstehende Grafik nebst knapper Erläuterung wird die Interaktionsform des Pustens, mit der die Bedienung des dynamischen »Talmud«-Exponats erfolgt, erklärt.

Definition guter konzeptioneller Modelle

Neben der Sichtbarmachung von Bedienung entscheidet auch die Definition eines guten konzeptionellen Modells, das den Besuchern Kohärenz in der Darstellung der Bedienungsvorgänge und -folgen bietet, maßgeblich darüber, ob ein dynamisches/ interaktives Exponat sinnstiftend und frustrationsfrei benutzt werden kann. Als gelungenes Beispiel kann das konzeptionelle Modell genannt werden, welches für das vorgestellte digitale, interaktive Exponat »Reisetruhe« entwickelt wurde. Hier wird der Besucher mittels eines Touchscreens dazu aufgefordert, der Handlungsreisenden Glikl beim Packen ihrer Koffer behilflich zu sein: Unter sechzehn Gegenständen, die jeweils in einem quadratischen Feld mit ihrem Namen präsentiert werden, müssen die richtigen acht ausgewählt werden, die Glikl für die Reise benötigt. Das konzeptionelle Modell, welches für die interaktive Anwendung definiert wurde und dem Besucher angeboten wird, besteht aus einer Analogiebildung zum realen Kofferpacken:

Ein Gegenstand wird von dem Besucher ausgewählt, betrachtet und er kann entscheiden, ob er ihn in den Koffer packen möchte. Identisch dem analogen Kofferpacken kann der Gegenstand auch wieder aus dem Koffer entfernt werden. Für jedes ausgewählte »Gepäckstück« erhält der Benutzer einen Strich. Bei acht Strichen ist das Spiel vorbei und es folgt eine Auswertung, die die ausgewählten Gegenstände, mit einer Begründung als »richtig« bzw. »falsch« in den Koffer gepackt bewertet.

Nach dieser Analyse der Gebrauchsdimension der dynamischen/ interaktiven Exponate, soll sich im Folgenden die Betrachtung ihrer semantischen Dimension anschließen. Hierbei kann zunächst festgestellt werden, dass die Ausprägung der semantischen Dimension der dynamischen/ interaktiven Exponate überwiegend als Bestandteil und nicht als Gegenpol zu den vorgestellten Kontextualisierungsstrategien der Dauerausstellung wirkt. Dies kann an dem aufgeführten Beispiel des interaktiven Exponats »Glikls Reisetruhe« sehr gut verdeutlicht werden. Diese »Reisetruhe« ist Bestandteil der AE: »Glikl bas Judas Leib«, in der die Kontextualisierung der Objekte und die Gestaltung an Hand der Geschichte der jüdischen Händlerin, 12-fachen Mutter und Memoirenschreiberin »Glikl« vollzogen wird – also durch eine personalisierte Kontextualisierungsstrategie. Das interaktive Exponat wird hier gewissermaßen zum Teil der Geschichte, indem erstens seine Hardware nicht als »Black-Box« aus Edelstahl in Form eines konventionellen Terminals gestaltet wurde, sondern als Holzkiste, die, mit Griffen versehen, Assoziationen zu einer Reisetruhe nahelegt. Zweitens, nimmt

nicht nur die Hardware Bezug zu Glikls Geschichte, sondern auch die Gestaltung der interaktiven Software, deren Rahmenhandlung des Kofferpackens an Hand der Person Glikls dargestellt wird.

Ähnlich eindeutig unterstützt die Ausprägung der semantischen Dimension des »Talmud« Exponats die praktizierte Kontextualisierungsstrategie der Szene eines Gelehrtenzimmers in der AE: »Die mittelalterliche Welt von Aschenas«: Zwischen Reproduktionen eines Gemäldes aus dem Jahr 1460, welches jüdische Gelehrte in einem Disput zeigt, eines Stehpults, das mit Pigmenten und Schreibutensilien gefüllt ist, wie sie im Mittelalter benutzt wurden und unter Vitrinen mit Büchern, die die Kommentare des Gelehrten Raschi zu den Prophetenbüchern darstellen, befindet sich das »Talmud«- Exponat. Seine Hardware legt Assoziationen an eine Stehpult nahe und die Interaktionsform des Pustens referenziert die einst praktizierte orale Überlieferung der heiligen Schriften. Wurde in der Analyse der Inszenierungsmittel festgestellt, dass die Dauer- ausstellung an Stelle eines offenen Assoziationsfeldes ihrer angesprochenen Zielgruppe klare Deutungsstrukturen nahelegt, so gibt es eine Situation, in der durch die semantische Ausprägung eines interaktiven Exponats die »nahegelegte« Deutungsstruktur in eine unangemessene belehrende »Zwangsstruktur« kippt. Es handelt sich hierbei um das »Ja-/Nein«-Exponat, welches in der letzten AE: »Die Gegenwart« insgesamt vier Mal verteilt über den Ausstellungsabschnitt eingesetzt wird.

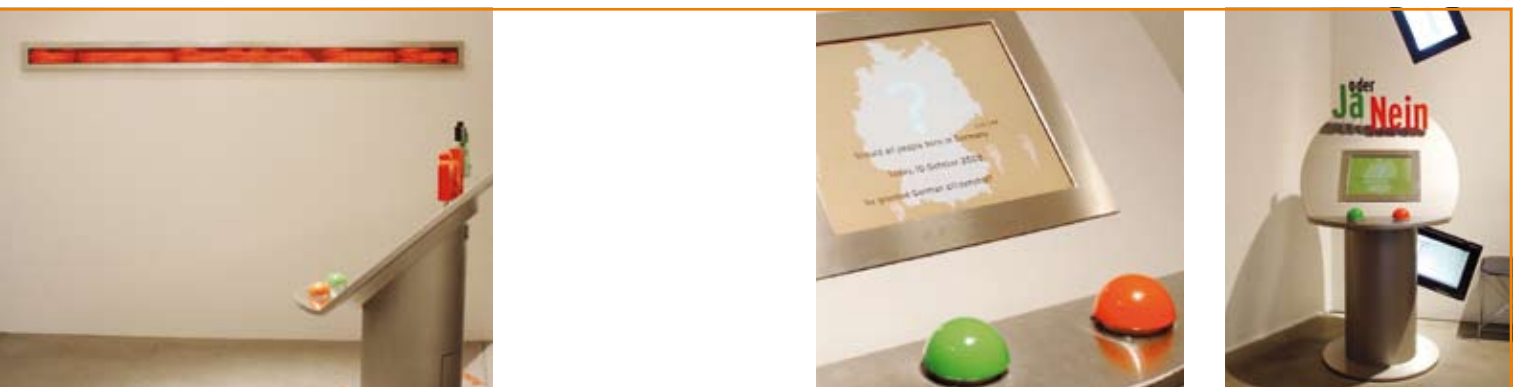


Abb.54: »Ja-/Nein«-Exponat

Die Bildschirmoberfläche des interaktiven Exponats zeigt die Grundfläche der Bundesrepublik Deutschland. Jedes der vier Terminals stellt dem Besucher auf dieser Grundfläche eine Frage, die über den grünen/ roten Druckschalter mit ja oder nein beantwortet werden soll. Die so gestellten Fragen lauten: »Glauben Sie, dass in Ihrem Freundeskreis jemand Vorurteile gegen Juden hat?«; »Wür-

den Sie die Heirat Ihres Kindes mit einem Partner, der einer fremden Kultur angehört, begrüßen? »Würden Sie eine Aufnahme der Türkei als Mitglied der EU begrüßen?; »Sollen alle Menschen, die heute [Tag des Besuches der Dauerausstellung] in Deutschland geboren wurden, die deutsche Staatsbürgerschaft erhalten?« Erscheint die jeweils gestellte Frage mit sich bewegenden Fragezeichen, so erscheint nach ihrer Beantwortung eine Information zu den bisherigen Antworten mit sich bewegenden Ausrufezeichen. Diese lautet für die erste Frage: »243.537 Besucher [zum Zeitpunkt der unmittelbaren Stimmenabgabe] haben abgestimmt. 43% ja; 57% nein«.

Die Dimensionierung der beiden Druckknöpfe, ihre farbliche Codierung mit grün/rot und ihre Referenzierung zu dem großen »Ja oder Nein«, welches als Schriftzug auf dem Monitor befestigt ist und die sich bewegenden und in ihrer Größe verändernden Frage- bzw. Ausrufezeichen auf dem Monitor erzeugen so eine plakativ zur Schau gestellt Dringlichkeit – die auch zu einer Zurschaustellung des Benutzers führt. Denn die Entscheidung des Besuchers wird gewissermaßen in den Raum getragen, man fühlt sich bei dieser Stimmabgabe wie auf einem Podest der Sonntagskirche, auf dem man sein »Gut-Mensch-Dasein« der willigen Gemeinde mitzuteilen hat. Diese Inszenierung einer vermeintlich »demokratischen Abstimmung« provoziert geradezu, auf die stereotypen Fragen eine politisch inkorrekte Antwort geben zu wollen. In Anbetracht der jungen Zielgruppe des Jüdischen Museums und der politischen Sensibilität der Thematik ist der Inhalt und die Gestaltung der »Befragung«, mit der die Dauerausstellung ihre Besucher verabschiedet als deplatziert zu bezeichnen und vergibt die Chance, die Reflexion des Gesehenen den mündigen, wenn auch jungen Besuchern zu überlassen.

Die Analyse der dynamischen/ interaktiven Exponate der Dauerausstellung des Jüdischen Museums soll mit der Betrachtung ihrer sinnlich-affektiven Dimension schließen. Wurde in der Analyse der Inszenierungsmittel schon darauf hingewiesen, dass die sinnlich-affektive Ansprache der Besucher durch wohlgesetzte gestalterische Akzente innerhalb der Dramaturgie der Ausstellungen erfolgt, die nicht in Konkurrenz zu den angebotenen Deutungsstrukturen treten, sondern diese atmosphärisch ergänzen, so trifft dies auch für die Ausprägung der sinnlich-affektiven Dimension der dynamischen/ interaktiven Exponate zu. Im Folgenden kann dies am dynamischen Exponat »Rad des Lebens« in der AE: »Glíkl bas Juda Leib« verdeutlicht werden:



Abb.55: Das »Rad des Lebens«

Um zu diesem Ausstellungsabschnitt zu gelangen, muss man den Korridor eines Voids durchschreiten. Schon beim Gang durch den dunklen Korridor fällt der Blick auf eine sonnengelbe, vertikal angeordnete Scheibe mit einem Durchmesser von ca. 3,50 Meter, deren Strahlkraft durch eine punktuelle Beleuchtung verstärkt wird – das »Rad des Lebens. Die große, runde, gelbe Scheibe steht in einem starken Formen- und Hell-Dunkel- Kontrast zur spitzwinkligen, schwarzen Verkleidung des Voids. Sie entfaltet eine sinnlich-affektive Wirkung, indem sie als »Licht am Ende des Korridors« inszeniert wird. Durch die Ausprägung ihrer sinnlich-affektiven Dimension erzeugt sie zunächst Aufmerksamkeit des Besuchers, die für die weitere Erkundung des dynamischen Exponats nützlich ist und die auch nicht in Konkurrenz zu den angebotenen Deutungsstrukturen als »Rad des Lebens« steht.

ABSCHNITT 2

Wie schon in der Einleitung dieses Analyseteils angekündigt, soll im nun folgenden zweiten Abschnitt der Betrachtung der internen kommunikativen Gestaltungsmittel, das Orientierungssystem und das Personal der Dauerausstellung des Jüdischen Museums mit Hilfe des Beschreibungssystems zur mehrdimensionalen Gestaltung von Ausstellungen untersucht werden.

4.5.3 // ORIENTIERUNGSSYSTEME

Das Jüdische Museum Berlin konfrontiert seine Besucher mit einer komplexen räumlichen Situation: So erfolgt der Eintritt in das Museum über das barocke Kollegienhaus, von dem aus die Besucher in das Untergeschoss des Libeskind-Baus gelangen. Nach dem Aufstieg der Sackler-Treppe oder mit Hilfe des Lifts gelangen die Besucher in das 2. Obergeschoss, in dem die Dauerausstellung beginnt, deren Ausgang im 1. Obergeschoss zu finden ist. Vom ersten Obergeschoss aus müssen sie den identischen Weg nehmen, den sie auch beim Betreten des Museums durchschritten haben. Wie in dem Analyseteil der Architektur herausgearbeitet wurde, besteht die primäre Funktion des Libeskind-Baus nicht darin, durch eine ausgeprägte Gebrauchsdimension den Besucher eine logische Raumfolge anzubieten. Das Gegenteil ist der Fall: durch eine Fokussierung der sinnlich-affektiven Dimension wird den Besuchern ein starkes emotionales Erlebnis ermöglicht, dessen immanenter Konzeptbaustein in der Erzeugung einer Orientierungslosigkeit der Besucher liegt. Nach der Eröffnung des Libeskind-Baus am 23. Januar 1999 bis zu der Eröffnung des Museums einschließlich der Dauerausstellung am 09. September 2001 besuchten 350.000 Besucher das leere Gebäude und es gab Forderungen, das komplette Gebäude leer stehen zu lassen und somit das Erleben und Erspüren des Libeskind-Baus zum Inhalt des Museums-Besuches zu erheben. Mit der Eröffnung des Museums im Jahr 2001 wurde jedoch eine herausfordernde Situation besiegelt, die darin besteht, dass einerseits die Orientierungslosigkeit der Besucher als konzeptionelles architektonisches Kalkül betrachtet werden kann und andererseits zwischen 2000–4000 Besucher täglich das Museum betreten und hier nicht nur das Untergeschoss des Libeskind-Baus erleben, sondern die Dauerausstellung ebenso finden wollen wie das Rafael Roth Learning Center, Serviceeinrichtungen wie Toiletten

oder den Ein- und Ausgang des Museums – kurz: es muss Orientierung in der Orientierungslosigkeit geschaffen werden. Zu diesem Zweck bedient sich das Jüdische Museum mehrerer Maßnahmen, die im Folgenden betrachtet werden sollen.



1 *Lageplan Jüdisches Museum:* Der Lageplan des Jüdischen Museums liegt an der Kasse für die Besucher bereit, so wie an der Theke des Besucherservice und an verschiedenen Stellen des Libeskind-Baus. Seine Hauptinformationen bestehen aus den folgenden Punkten: a) Isometrische Darstellung der Wegführung vom Eingang des Kollegienhauses bis zum Eingang in die Dauerausstellung. Die beiden Geschosse der Dauerausstellung sind in rot eingezeichnet, die Wegführung auch. b) Zeichnungen der Draufsichten des Erdgeschosses und des ersten Obergeschosses des Altbaus, des Untergeschosses und des ersten und zweiten Geschosses des Libeskind-Baus. Auf diesen Darstellungen sind die Serviceeinrichtungen wie Toiletten eingezeichnet, Lifte, Treppenhäuser und die Namen und Verortung der einzelnen Ausstellungsabschnitte.

2 *Orientierungssystem Libeskind-Bau:* Im Libeskind-Bau wird ein Orientierungssystem eingesetzt, welches aus schwarzen Schildern besteht. Hierauf werden weiße Richtungspfeile eingesetzt, neben blaugrauen Feldern, die weiße Piktogramme abbilden oder die alphanummerische Darstellung von Geschossen. Unter bzw. über diesen Feldern stehen auszuweisende Ziele »Learning Center«, oder »Ausgang«, die in deutscher Sprache in weiß und in englischer Sprache in blaugrau ausgezeichnet werden. **3** *Orientierungssystem Kollegienhaus:* Das Orientierungssystem, welches für das Kollegienhaus entwickelt wurde, besteht aus roten Schildern, auf denen mit weißer Schrift die deutschen und englischen Informationen dargestellt werden. Auch werden weiße Piktogramme eingesetzt, die jedoch nicht immer identisch mit denen des Libeskind-Baus sind: so wird beispielsweise im Orientierungssystem des Kollegienhauses für die Darstellung des Restaurants ein Piktogramm gewählt, welches eine Gabel, ein Messer und ein Glas darstellt, hingegen wird in der Darstellung des Kollegienhauses an Stelle eines Glases eine Tasse verwendet. **4** *Orientierungssystem Dauerausstellung:* Betritt man die Dauerausstellung so findet man am Anfang einer jeden Ausstellungseinheit ihren Namen in roter Schrift auf dem Fußboden – mit Ausnahme der AE 9: »Die Entstehung des modernen Judentums«, deren Beschriftung fehlt. Ausgehend von dem jeweiligen Namen markieren rote Punkte mit partiellen weißen Richtungspfeilen den empfohlenen Weg durch die Ausstellung. Die so erzeugte rote Punktklinie verläuft jedoch nicht durchgehend über dem Fußboden, sondern immer an entscheidenden Weggabelungen. So markiert sie beispielsweise vor jedem Void, welcher der beiden Korridore durchschritten werden soll. Folgt der Besucher dieser offiziellen Wegführung, so erreicht er den nächsten Ausstellungsabschnitt an der Stelle, an dem auch der Einführungstext zu dem Ausstellungsabschnitt positioniert ist.

Abb.56: Orientierungssystem des Libeskind-Baus und des Kollegienhauses

Betrachtung des Orientierungssystem mit dem Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Aus der Auflistung der Orientierungsmaßnahmen des Jüdischen Museums kann abgeleitet werden, dass hier im wesentlichen ein zwei-geteiltes Orien-

tierungssystem gewählt wurde, welches einmal im Kollegienhaus zum Einsatz kommt und zum anderen im Libeskind-Bau. Diese Zweiteilung provoziert die Frage, warum kein einheitliches Orientierungssystem für das Jüdische Museum geschaffen wurde: Soll dem Besucher eine klare Kennzeichnung geboten werden, in welchem Gebäudetrakt – Neu- oder Altbau – er sich gerade aufhält? Betrachtet man diese formalästhetische Ausprägung des Orientierungssystems unter dem Fokus der semantischen Dimension, so muss man fragen, welche Aussage hier an den Besucher kommuniziert werden soll – gehört der Libeskind-Bau gar nicht zum Jüdischen Museum, sondern verhält sich autark zu ihm? Verstärkt wird dieser Gedanke durch die Tatsache, dass die verwendeten Punkte des Orientierungssystems der Dauerausstellung in rot ausgezeichnet werden, der Hausfarbe des Jüdischen Museums, der Innenraum der Ausstellung jedoch durch das Orientierungssystem des Libeskind-Baus in schwarz beschildert wird. Dieses aufgezugene Fragenfeld kann nicht eindeutig beantwortet werden und soll zunächst so stehen gelassen werden. Stattdessen soll unter der Fokussierung der Gebrauchsdimension der Frage nachgegangen werden, ob die Maßnahmen zur Schaffung von Orientierung im Jüdischen Museum die Besucher dabei unterstützen, die schwierig auffindbaren Toiletten, Lifte und Ausgänge des Museums schneller zu finden. Zunächst muss festgestellt werden, dass in dem angebotenen Lageplan alle relevanten Punkte eingezeichnet sind, es sich aber trotzdem als ausgesprochen schwierig erweist, diese im Innenraum ausfindig zu machen. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass innerhalb des Innenraums der Dauerausstellung einzig und alleine die roten Punkte als Wegführung eingesetzt werden, diese aber keine Informationen anzeigen zu den Serviceeinrichtungen, Ausgängen oder Liften. Vielmehr werden diese nur ausgezeichnet, wenn man unmittelbar vor ihnen steht und teilweise werden die entsprechenden Schilder auch noch von den Ausstellungsbauten verdeckt. Somit kann zusammenfassend festgehalten werden, dass die vorgestellten Maßnahmen zur Schaffung von Orientierung im Jüdischen Museum nur bedingt dazu geeignet sind, der durch die Architektur gegebenen Komplexität entgegenzuwirken.

4.5.4 // PERSONAL

Laut Auskunft des Besucherservice sind ca. 35 Mitarbeiter des Besucherservice innerhalb des Jüdischen Museums positioniert. Der Besucher findet sie zum

einen hinter der Theke des Besucherservice, im Eingangsbereich des Altbaus, sowie an verschiedenen Stellen des Untergeschosses des Libeskind-Baus und in fast regelmäßigen Abständen innerhalb der Dauerausstellung. Das Personal ist schwarz gekleidet und trägt einen roten Schal, der mit dem Signet des Museums in gelb bedruckt ist. Spricht man Mitarbeiter des Besucherservices an, so können sie mehrsprachig antworten und behandeln die Fragenden zugewandt, freundlich und informiert.



Abb.57: Personal des Besucherservice

Betrachtung des Personals unter Einsatz des Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Sucht man in manchen Ausstellungen vergeblich nach Personal, welches Fragen zur Infrastruktur oder zur Thematik der Ausstellung beantworten könnte, so sind die Mitarbeiter des Besucherservice omnipräsent im Jüdischen Museum. Durch die beschriebene Garderobenpflicht des Personals ist es gut erkennbar, was als Voraussetzung angesehen werden kann, dass das Personal schnell und eindeutig von anderen anwesenden Menschen in der Dauerausstellung unterschieden werden kann. Bei der Begegnung mit dem Personal des Besucherservice ist auffällig, dass sich dieses gegenüber den Besuchern weder als »Wärter« noch als »gelangweilter Verweigerer« verhält, sondern vielmehr zugewandt, freundlich und professionell.

Betrachtet man das solchermaßen erscheinende Personal mit den Dimensionen des Beschreibungssystems, so kann festgestellt werden, dass der räumlichen Komplexität des Jüdischen Museums eine starke Präsenz des Besucherservice entgegengesetzt wird, deren unmittelbar sinnlich-affektive Wirkung auf die Besucher überwiegend positiv sein wird – bleiben sie doch nicht sich selbst dabei

überlassen, in dem labyrinthischen Libeskind-Bau die Orientierung zu behalten. Durch die eindeutige Erkennbarkeit des Personals wird im Sinne einer gut ausgeprägten Gebrauchsdimension die Voraussetzung gegeben, dass die angebotenen Dienste des Besucherservice überhaupt von den Besuchern in Anspruch genommen werden können. Tritt man in Kontakt zu Mitarbeitern des Besucherservice, so ist auffällig, dass sie nicht nur Auskunft darüber geben können, wo sich etwas im Haus befindet, sondern dass sie auch das grundsätzliche Konzept Libeskind's Architektur und der Dauerausstellung mitteilen können – kurz: die Mitarbeiter des Besucherservice sind geschult. Unter Beachtung der semantischen Dimension kann resümierend festgestellt werden, dass die starke Präsenz des Besucherservice eine kompensatorische Funktion zu den schwierigen räumlichen Orientierungsverhältnissen des Jüdischen Museums darstellt und das professionelle und geschulte Verhalten durchaus als Maßnahme verstanden werden kann, das Erleben von klaren Deutungsstrukturen zu unterstützen.

4.6 // ANALYSE DER EXTERNEN KOMMUNIKATIVEN GESTALTUNGSMITTEL

In dem nun folgenden letzten Analyseteil, sollen die externen kommunikativen Gestaltungsmittel der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin untersucht werden. Hierbei geht es um die Betrachtung der drei wesentlichen Gestaltungsmittel Signet, Plakat und Website, die als kommunikative Maßnahmen eingesetzt werden, um das Jüdische Museum in der Öffentlichkeit publik zu machen. Die externen kommunikativen Gestaltungsmittel des Jüdischen Museums können als die Gestaltungsmittel begriffen werden, mit denen die Besucher konfrontiert werden, bevor sie das Jüdische Museum und die Dauerausstellung besuchen: Die Website wird besucht, um Öffnungszeiten und Anreisewege zu recherchieren oder vielleicht erzeugen ja auch die im Stadtraum hängenden Plakate, Interesse an dem Museum. Man kann formulieren, dass einerseits die externen kommunikativen Gestaltungsmittel vor dem Besuch eine Erwartungshaltung an das Museum erzeugen und andererseits nach dem erfolgten Museumsbesuch an diesen erinnern. Im Folgenden ist es daher von besonderem Interesse festzustellen, mit welcher Botschaft und mit welcher Gestaltungsstrategie die Betrachter der externen kommunikativen Gestaltungsmittel Signet, Plakat und Website angesprochen werden.

4.6.1 // SIGNET



Abb. 58: Das Signet des Jüdischen Museums Berlin besteht aus einer Kreisfläche, die in einer vertikalen Ausrichtung die Draufsicht auf den Libeskind-Bau zeigt. Der Kreis ist umgeben von einer Korona aus Pfeilspitzen, die links versetzt zur vertikalen Mittelachse der Kreisfläche kleiner werden. Die Draufsicht auf das Libeskind-Gebäude und die Pfeilspitzen sind aus den Kreisflächen »ausgeschnitten«, denn sie zeigen den jeweiligen Hintergrund, auf dem das Signet liegt. Die so verbleibende Positivform des Signets ist entweder in rot oder in weiß gehalten. Dabei kann grundsätzlich festgestellt werden, dass die Farbe »rot« als Hausfarbe des Jüdischen Museums eingesetzt wird und sowohl für das Orientierungssystem des Kollegienhauses, als auch für Beschilderungen und Auszeichnung diverser Texte genutzt wird.

Das vorgestellte Signet wird ergänzt durch die Wortmarke »Jüdisches Museum Berlin«, die in einer serifenlosen Schrift gesetzt ist und in Abhängigkeit von der Darstellung des Signets in weiß oder rot gehalten ist.

Betrachtung des Signets mit dem Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Das vorgestellte Signet des Jüdischen Museums Berlin besitzt durch eine gut ausgeprägte Gebrauchsdimension zunächst alle Voraussetzungen, um von dem Betrachter eindeutig erkannt zu werden: Die definierte Form des Signets ist durch seine scharf ausgeprägte Konturenführung für den Einsatz in verschiedenen analogen und digitalen Medien geeignet, ohne seine Prägnanz zu verlieren. Durch die Option, das Signet sowohl in weiß als auch in rot darzustellen, können unterschiedliche farbliche und strukturierte Hintergründe verwendet werden.

Die Ansprache der Besucher erfolgt über die folgende Ausprägung seiner sinnlich-affektiven und semantischen Dimension: Betrachtet man das Signet, so bemerkt man zunächst seine dynamische sinnlich-affektive Wirkung, die durch den spitzwinkligen, unregelmässigen Bewegungsablauf der Darstellung des Libeskind-Baus erzeugt wird und zudem unterstrichen wird durch die unterschiedlichen Größen der koronaförmig angeordneten Pfeilspitzen. Durch die vertikale Ausrichtung der Darstellung des Libeskind-Baus gleicht diese, bei einem unbedarften Hinschauen, einem gestauchten Ausrufezeichen, welches in seinem eigenen Punkt dargestellt wird.

Zweifelsohne ist jedoch das Objekt, welches durch das Signet repräsentiert wird, eindeutig zuzuordnen und so kann die ikonografische Darstellung der expressiven Draufsicht auf den Libeskind-Bau auch als das Herzstück der zu kommunizierenden Botschaft des Signets an den Besucher begriffen werden; sie wird als identitätsstiftendes Motiv für das gesamte Jüdische Museum Berlin eingesetzt.

4.6.2 // WERBEKAMPAGNE – PLAKATE

Am 17. September 2002 präsentierte das Jüdische Museum seine erste Werbekampagne, die Plakate mit verschiedenen Motiven umfasste, die den Slogan trugen: »Nicht das, was Sie erwarten«. Die Plakate wurden zunächst in Berlin eingesetzt, später jedoch auch in anderen Großstädten. Von den insgesamt sieben verschiedenen Motiven, sollen die folgenden vier vorgestellt werden:



Abb.59: Plakatmotive der Werbekampagne

Betrachtung der Plakate mit dem Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Die Plakate der Imagekampagne des Jüdischen Museums Berlin konfrontieren den Betrachter mit Alltagsszenen, die sich anders darstellen, als es die Erwartung und der konventionelle Verlauf der Szene erwarten ließen. Der »Clou« der Kampagne liegt in der Erzeugung von Irritation – in dem Spiel mit der semantischen Dimension des Plakats:

So erscheint beispielsweise bei einem Spatenstich in den Rasen, kein Erdreich sondern eine mehrschichtige Torte und bei dem vermeintlichen Strang Zahnpasta auf der Zahnbürste handelt es sich um eine Raupe.

Diese Technik des provozierten Bruchs mit Erwartungen, wird durch den Slogan »Nicht das, was Sie erwarten« benannt. Die Verbindung dieser Darstellung mit dem Jüdischen Museum wird durch die Abbildung des Signets und der Wortmarke des Museums erzeugt.

Statt die Architektur oder die Dauerausstellung mittels Abbildungen oder Texten zu kommunizieren, setzt die Kampagne also auf die persönliche Ansprache des einzelnen Besuchers und fordert diesen indirekt dazu auf, sich selbst eine Vorstellung vom Jüdischen Museum Berlin zu machen.



Abb.60: Plakatmotiv der Werbekampagne

4.6.3 // WEBSITE

Die Website des Jüdischen Museums Berlin hält für ihre Nutzer neben den obligatorischen Angaben zu den Öffnungszeiten und Anreisemöglichkeiten, vielfältige Besucherinformationen bereit. Das so aufgezugene Spektrum reicht von grundsätzlichen Informationen zu den stattfindenden Ausstellungen, den Forschungsaktivitäten des Museums, der Darlegung der Geschichte des Hauses, Publikationen, bis zu einem Pressebereich mit Audio- und Foto-Download-Funktion.

Die weitere Beschreibung der Website soll an der Startseite und einer Content-seite vorgestellt werden:

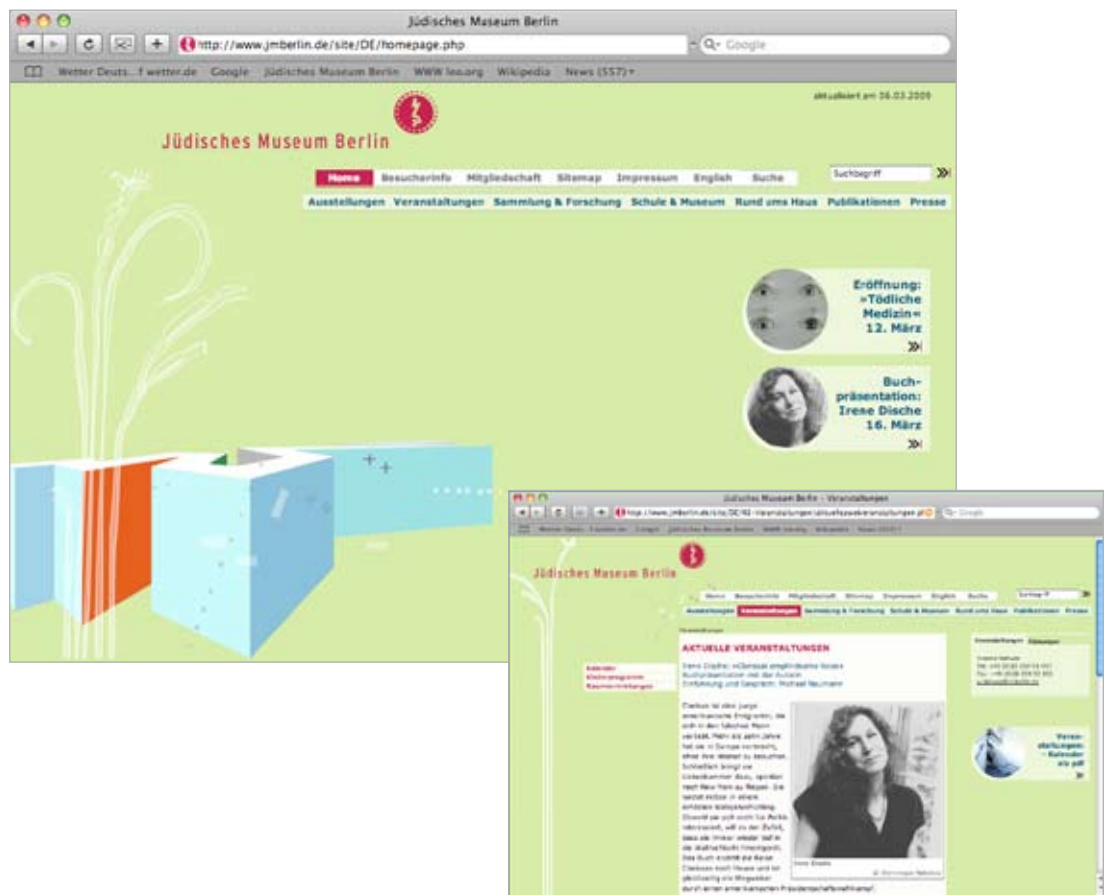


Abb.61: www.jmberlin.de Die Startseite der Website des Jüdischen Museums zeigt auf lindgrünem Hintergrund eine abstrahierte Darstellung des Libeskind-Baus, welche durch die Hervorhebung einzelner eingesetzter Performationslinien und Kreuzelemente des Gebäudes akzentuiert wird. Vor dem Gebäude steht eine Pflanze in Form einer Konturdarstellung, die sich sanft bewegt. Im rechten oberen Bereich liegt die doppelzeilige Navigationsleiste. Darunter rechts zwei Teaser, die als thematische Schnelleinstiege zu aktuellen Aktionen oder Wechselausstellungen des Museums fungieren. Selektiert man einen Menüpunkt der Navigationsleiste, so baut sich in der Mitte der Seite der weiß gefüllte Contentbereich auf, neben dem links der Navigationsbereich mit den Unterpunkten des jeweils selektierten Menüpunktes platziert ist.

Betrachtung der Website mit dem Beschreibungssystem zur mehrdimensionalen Ausstellungsgestaltung

Die Website des Jüdischen Museums hält für ihre Besucher ein umfangreiches Informationsspektrum bereit. Damit die Besucher dieses effizient nutzen können, ist die Website mit dem Fokus auf eine gut funktionierende Gebrauchsdimension entwickelt worden: Der konsistente Einsatz von Farbwahl, Typografie und Navigationselementen erleichtert den Benutzern die Orientierung, ebenso wie die Pfadangabe über dem Contentbereich. Die inhaltliche Strukturierung der dargebotenen Informationen und die Bildung von Rubriken erfolgt überwiegend erwartungskonform; so findet man beispielsweise die Museumsgeschichte unter dem Menüpunkt »Rund ums Haus« und die Foto- und Audio-Download Funktion unter dem Menüpunkt »Presse«. Durch die so erfolgte inhaltliche Strukturierung und den konsistenten Einsatz von Gestaltungselementen, wird die Voraussetzung für eine gelungene Navigation innerhalb der Website gegeben. Als besonders hilfreich kann die Nennung von Ansprechpartnern des Jüdischen Museums genannt werden, die in Abhängigkeit von dem selektierten Menüpunktes, rechts oben neben dem Contentbereich in einem separaten Kasten aufgeführt werden.

Wechselt man von der Betrachtung der Gebrauchsdimension nun zu der Frage, durch welche Ausprägung der sinnlich-affektiven Dimension und der semantischen Dimension die Besucher der Website angesprochen werden, so kann folgendes festgestellt werden:

Die Startseite der Website begrüßt ihre Besucher mit einer abstrahierten, graphischen Darstellung des Libeskind-Baus, vor der sich eine doppelt so hohe Pflanze befindet, die sich sanft bewegt. Die Bewegungen der Pflanze stehen in einem deutlichen Kontrast zu der statischen Darstellung des Libeskind-Baus und verleihen der Website eine unmittelbar lebendige Ausstrahlung. Diese kurze sinnliche-affektive Wirkung, wird in den Contentseiten reduziert auf die bloße Darstellung der unbewegten Pflanze, um den Fokus der Betrachtung auf die Inhalte der Website zu ziehen. Kehrt man zurück zu der Betrachtung der Startseite des Jüdischen Museums, so ist die Frage naheliegend, in welchem Deutungsverhältnis die Pflanze zu dem Libeskind-Bau steht: Referenziert sie die Verbindung zu dem Museumsgarten? Soll die Darstellung Konnotationen zu »Lebendigkeit« und »Wachsen« provozieren? Stellt die Pflanze eine Gefahr dar, das Jüdische Museum zu überwuchern oder gar zu assimilieren? An dieser

Stelle muss konstatiert werden, dass es sich bei der Darstellung um eine gelungene poetische Komposition handelt, deren Deutungsstruktur sich jedoch einer gewissen Beliebigkeit nicht entziehen kann.

Zwischenfazit zu den externen kommunikativen Gestaltungsmittel

Betrachtet man die drei vorgestellten externen Gestaltungsmittel Signet, Plakate, Website nun abschließend zusammen, so muss man resümieren, dass die kommunikativen Maßnahmen des Jüdischen Museums Berlin nicht eine gemeinsame Botschaft kommunizieren und demnach auch keine gemeinsame Gestaltungslinie verfolgen können.

Vielmehr präsentieren sich dem Betrachter mit den Plakaten und der Website zwei kommunikative Maßnahmen, denen nicht nur jede inhaltliche und gestalterische Klammer fehlt, sondern die sich geradezu autistisch zueinander verhalten, weil jedes dieser beiden Gestaltungsmittel ein eigenständiges Konzept darstellt, mit dem das Jüdische Museum repräsentiert werden soll. Laut Website des Jüdischen Museums ging dieselbe 2001 online und erfuhr im Jahr 2005 ein Relaunch; die Werbekampagne wurde im September 2002 gestartet. Auch wenn die beiden kommunikativen Gestaltungsmittel Plakat und Website zu unterschiedlichen Zeitpunkten entwickelt wurden, könnten sie aufeinander verweisen, was sie aber nicht tun: So wird weder das Motiv der Pflanze und des Libeskind-Bau von der Werbekampagne der die Plakate entspringen aufgegriffen, noch erscheint der Claim: »Nicht das, was Sie erwarten« auf der Website. Die einzig Gemeinsamkeit, die die Plakate und die Website aufweisen ist, dass sie beide das Signet des Museums zeigen. Zwar handelt es sich bei dem Signet um ein starkes und prägnantes Zeichen, mit einem hoch entwickelten Unterscheidungs- und Identifizierungspotential; es aber lediglich wie einen Stempel einzusetzen, reicht nicht aus, um die unterschiedlichen Konzepte zu vereinigen.

4.7 // ABSCHLIESSENDES FAZIT ZUR ANALYSE DER DAUERAUSSTELLUNG DES JÜDISCHEN MUSEUMS BERLIN

Der Untersuchung der vier vorgestellten Gruppen von Gestaltungsmitteln soll ein abschließendes Fazit folgen, in dem die einzelnen Analyseabschnitte und die jeweils herausgearbeitete Ausprägung und Gewichtung der Gestaltungsdimensionen miteinander verglichen werden sollen. Das Ziel dieses Vorgehens besteht darin festzustellen, ob und an welcher Stelle sich die Ausprägungen der Gestaltungsmittel blockieren oder ob sie aufeinander abgestimmt sind und sich ergänzen zu einem Gesamtbild, welches in dem Titel dieser Arbeit als »un-verwechselbarer Merkort« bezeichnet wurde. Die Folie, auf der diese Überlegungen angestellt werden, ist der den Analyseteilen vorangestellte spezifische Kontext der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin.

Die Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin findet im preisgekrönten Libeskind-Bau statt – jenem Gebäude, über das Myriaden von Veröffentlichungen in den Feuilletons, in der Fachliteratur, in Lifestyle-Magazinen und Reiseführern über Berlin existieren. Einem Gebäude, welches, um mit einem Wort von Matzig/ Weinhart (2009) zu sprechen, als »Signature Building« bezeichnet werden kann und allein die Tatsache, dass das Gebäude die Handschrift Daniel Libeskind's trägt, eines »Stararchitekten« oder auch sogenannten »Autorenarchitekten« lässt seinen Inszenierungswert, verstärkt durch die erwähnte mediale Präsenz, steigen und zu einem »Must-See« eines Städtebesuchs Berlin avancieren. Bis zu diesem Punkt scheint der Erfolg des Libeskind-Baus genau die Erwartungshaltung zu erfüllen, die die meisten Auftraggeber von Autorenarchitektur motiviert und die auf die schlichte Formel »berühmter Architekt schafft spektakuläre Architektur = hohe Aufmerksamkeit« gebracht werden kann. Das bloße Aufgehen dieser Formel hätte die angesprochene Zielgruppe des Jüdischen Museums sicherlich schon zu Scharen in das Museum gezogen und die Initiatoren des Museums erfreut.

Das Besondere an Libeskind's Entwurf besteht aber darin, dass er nicht nur eine spektakuläre Architektur entworfen hat, sondern den Besucher regelrecht in seine Auseinandersetzung mit der Geschichte der deutschen Juden in Berlin vor dem zweiten Weltkrieg hineinzieht. Dies geschieht, wie im Analyseteil zur Architektur festgestellt wurde, durch eine ausgeprägte sinnlich-affektive und semantische Dimension der formalästhetischen Elemente der Architektur. So wird der Besucher bei seinem Aufenthalt im Innenraum des Libeskind-Baus zunächst

mit einer nicht zu ignorierenden Raumwirkung konfrontiert, die nicht »gelesen«, sondern gespürt wird. Das Bemerkenswerte an Libeskind's Gestaltung besteht darin, dass diese ausgeprägte sinnlich-affektive Wirkung nicht beliebig ist, sondern den Besucher in die leibliche Verfasstheit versetzt, Deutungen zur Architektur anzustellen. Die formalästhetischen Elemente des Gebäudes besitzen eine solchermaßen ausgeprägte semantische Dimension, dass sie zwar Konnotationen zu der intendierten Deutung des Architekten ermöglichen, unter Vermeidung einer zugänglichen Konkretion durch rekonstruktive Bemühungen jedoch dem Besucher genügend Freiraum für eigene Deutungsansätze bieten. Libeskind's Auseinandersetzung mit der Geschichte der deutschen Juden in Berlin ließ ihn ein komplexes architektonisches Konzept erarbeiten, welches philosophisches Dichte und Tiefe besitzt. Der kluge Schachzug der Initiatoren des Jüdischen Museums ist darin zu sehen, aus diesem umfassenden Libeskind'schen Traktat eine gut zu kommunizierende Geschichte zu formulieren, die der durchschnittlichen Besucherzeit angemessen ist und in Form von Einlesetexten den Besuchern zur Verfügung gestellt wird. Somit erschließt sich die Intention des Architekten nicht nur einem Kreis von Connaisseuren, sondern steht tendenziell jedem Besucher zur Verfügung.

Die primäre Funktion des Libeskind-Baus besteht nicht darin, als Behältnis für eine Dauerausstellung zu dienen. Vielmehr fungiert der Bau als begehbare Skulptur, die Daniel Libeskind's Auseinandersetzung mit der deutsch-jüdischen Geschichte darstellt. Als immanenter Konzeptbaustein kann die Erzeugung von Orientierungslosigkeit genannt werden, die durch eine Negierung der Gebrauchsdimension erzeugt wird. Konsequenter erscheint in diesem Zusammenhang die Entscheidung, dass der Libeskind-Bau von außen nicht betreten werden kann und sämtliche Funktionen der Infrastruktur, wie die Bereitstellung einer Kasse und Garderobe, auf das Kollegienhaus übertragen werden.

»Fühlen, verirren, deuten« – während im Untergeschoss des Libeskind-Baus eine bewegende thematische Einstimmung des Besuchers erzeugt wird, wird mit der Dauerausstellung die Botschaft des Museums an die Besucher herangetragen. Gemäß dem bildungspolitischen Anspruch der Initiatoren werden den Besuchern klare Deutungsstrukturen nahegelegt und ein sorgfältig ausgearbeitetes Textkonzept bietet ihnen an allen relevanten Stellen der Dauerausstellung entsprechend aufbereitete Informationen an.

Die Ausprägung der sinnlich-affektiven Dimension ist bei der Gestaltung der Dauerausstellung so beschaffen, dass sie nicht in Konkurrenz zu den angebote-

nen Deutungsstrukturen tritt; vielmehr erfolgt die sinnlich-affektive Ansprache des Besuchers durch wohlgesetzte Erlebnisstationen innerhalb der Ausstellungs-dramaturgie.

Wie in dem Analyseteil der Dauerausstellung festgestellt wurde, wird der jungen, internationalen Zielgruppe des Jüdischen Museums ein breites Spektrum an kuratierten Objekten und dynamischen/ interaktiven Exponaten angeboten, die eine angemessene Mischung aus »Anschauen« und »Machen« bewirken. Durch eine gut ausgeprägte Gebrauchsdimension wird den Besuchern klar signalisiert – ob, und falls ja – wie er die jeweiligen Objekte per Zugriff erkunden darf.

Betrachtet man die Gestaltung der Dauerausstellung auf der Basis der formulierten Bedingungen ihres spezifischen Kontexts, so muss konstatiert werden, dass sie grundsätzlich die Aufgabe erfüllt, die Erzählung der seit zwei Jahrtausenden andauernden deutsch-jüdischen Geschichte an den Besucher heranzutragen. Sie scheitert jedoch an den Stellen, an denen sie zu viel will und gewissermaßen die im Kontext formulierten Anforderungen überstrapaziert:

So kann es sicherlich als löblich erachtet werden, auch Familien mit Kindern in einer öffentlichen Einrichtung nicht ausgrenzen zu wollen – doch im konkreten Fall der Dauerausstellung des Jüdischen Museums führen die Bemühungen, auch noch der Zielgruppe der Kinder gerecht werden zu wollen, an die Grenzen der visuellen Überfrachtung des Ausstellungsraumes. Denn die vorhandenen »Kinderinseln« sind bis auf wenige Ausnahmen nicht selbstverständlicher Bestandteil der Gestaltung der Dauerausstellung, sondern stehen in einem bizarren, erzwungen wirkenden Verhältnis zur Gesamtinszenierung.

Ebenso erreichen die Bemühungen der Dauerausstellungen ihre Grenzen, wenn ihr bildungspolitischer Anspruch gegen Ende der Dauerausstellung durch das beschriebene »Ja/ Nein Exponat« in eine belehrende Zwangsstruktur umzukippen droht und die junge Zielgruppe in die Situation gebracht wird, der »neugierigen« Öffentlichkeit Frage und Antwort zur Ausstellungsthematik zu geben.

Als eine echte Herausforderung für die Gestaltung der Dauerausstellung kann ihre Positionierung im ersten und zweiten Obergeschoss der »Raumskulptur Libeskind-Bau« betrachtet werden, mit der dort vorzufindenden vertikalen Durchdringung durch die Voids, die zu einer partiellen Zweiteilung des unregelmässig abgewinkelten und lang gestreckten Innenraums führt. Die Chance, die in diesem zunächst scheinbar schwierig bespielbaren Innenraum liegt, ist von den Initiatoren des Museums mit der Entscheidung für ein chronologisches

Gliederungsprinzip der zu erzählenden 2000jährigen deutsch-jüdischen Geschichte genutzt worden. Die vierzehn Ausstellungsabschnitte sind als gut voneinander unterscheidbare Einheiten erkennbar und zwischen den Voids angeordnet, wodurch die thematische Zusammengehörigkeit der einzelnen Gruppen unterstützt wird. Lediglich im letzten Abschnitt der Dauerausstellung entsteht durch die unvorteilhafte Wegführung um ein großes Void, welches kreisförmig umlaufen werden muss, eine konfuse Orientierungslage des Besuchers, die zu einem zerfaserten, unpointierten Ende der Dauerausstellung führt.

Betrachtet man den Innenraum und die Inszenierung der Dauerausstellung mit der wichtigen Frage, in welchem Verhältnis sie zueinander stehen, so muss man zunächst feststellen, das Libeskind's Architekturkonzept »Between the lines« ein eigenes Konzept der Dauerausstellung gegenüber gestellt wird, welches inhaltlich keinen Bezug zur Architektur herstellt – und so wird beispielsweise die von der Dauerausstellung thematisierte 2000jährige deutsch-jüdische Geschichte zwischen den Voids erzählt, ohne jedoch diese inhaltlich in die Inszenierung mit einzubeziehen. Doch nicht nur inhaltlich korrespondieren der Innenraum und die Inszenierung der Dauerausstellung nicht miteinander, sondern auch in der Ausprägung ihrer formalästhetischen Elemente und so zeigen die folgenden Abbildungen beispielhaft, wie die Gegebenheiten des Innenraums von der Ausstellungsgestaltung ignoriert werden.



Abb.62: Ausstellungsbauten und Innenraum

Natürlich muss man an dieser Stelle erwähnen, dass der Innenraum des Libeskind-Baus durch die die Wände unregelmässig durchziehenden Glasadern, die viel Fläche beanspruchen und viel Tageslicht in den Raum lassen, herausfordernde Bedingungen für die Inszenierung der Dauerausstellung darstellt. Doch dieser Herausforderung mit einem trotzigem, fast schon brachialen, »Hineinstellen« der Inszenierungsmittel und der kuratierten Objekte zu begegnen, vergibt die Chance, eine identitätsstiftende Verbindung zwischen der Dauerausstellung und dem Innenraum zu erzeugen.

Ein wichtiger Aspekt für die Beurteilung der Gestaltungsstrategie der Dauerausstellung des Jüdischen Museums Berlin ist durch die paradoxe Situation bestimmt, dass ein bedeutender Konzeptbaustein Libeskind's, in der Erzeugung von Orientierungslosigkeit liegt und andererseits zwischen 2000–4000 Besucher täglich durch die Räumlichkeiten des Museums geschleust werden müssen, die dabei nach Orientierung verlangen. Dieser Widerspruch ist gewissermaßen mit dem Entschluss der Jury, die Libeskind's Konzept für die Umsetzung auswählte, akzeptiert worden. So wirkt sich das Konzept der Orientierungslosigkeit auf die gesamte Besucherführung des Jüdischen Museums aus und es wird versucht, durch eine Reihe von Maßnahmen dieser Orientierungslosigkeit entgegen zu treten. In dem Analyseteil 4.5.3 »Interne kommunikative Gestaltungsmittel/ Orientierungssysteme«, konnte jedoch herausgearbeitet werden, dass die gewählten Maßnahmen nur bedingt dazu geeignet sind, der Komplexität der Architektur entgegenzuwirken. Es ist wenig nachvollziehbar, dass für die Dauerausstellung und das gesamte Jüdische Museum kein einheitliches Orientierungssystem geschaffen wurde, sondern die Besucher in der komplexen räumlichen Situation zusätzlich mit einem komplexen zweigeteilten Orientierungssystem konfrontiert werden. Durch seine gute finanzielle Ausstattung ist es dem Jüdischen Museum zwar möglich, während seiner Öffnungszeiten eine ganze Schar von geschulten und professionell auftretenden Mitarbeitern über das ganze Museum verteilt zu positionieren, die desorientierten Besuchern breitwillig Auskunft erteilen, aber man mag sich nicht vorstellen, wie es sich auf den gesamten Ablauf des Museums auswirken würde, wenn dieser hohe Personaleinsatz nicht gehalten werden könnte.

Die entscheidende Frage, deren Antwort die bisherige Ausführung noch schuldig ist, lautet, ob die Dauerausstellung des Jüdischen Museums durch die vorgestellten Ausprägungen und Gewichtungen seiner Gestaltungsmittel als ein

»unverwechselbarer Merkort« wahrgenommen werden kann.

Zur Beantwortung dieser Frage muss zunächst festgestellt werden, dass das Jüdische Museum durch die Architektur Libeskind's eine materialisierte Gestalt seiner Thematik erhalten hat – das Gebäude ist unverbrüchlich zum Sinnbild des Jüdischen Museums geworden und stellt sich somit jeder Belieblichkeit entgegen. Diese starke Position des Libeskind-Baus in der Gesamtwahrnehmung des Jüdischen Museums wird durch eine Reihe von Maßnahmen unterstützt – sie wird zum einen durch das Signet aufgegriffen und durch eine einprägsame ikonografische Darstellung an die Öffentlichkeit kommuniziert und zudem wurde vermutlich auch das zwei-geteilte Orientierungssystem auch entwickelt – und es wird in Kauf genommen, dass dieses nur bedingt dazu geeignet ist, Orientierung zu schaffen – um den Libeskind-Bau als Solitär herauszustellen.

Die vorangestellte Frage muss demnach mit »Ja« beantwortet werden.

Ja, es handelt sich bei dem Jüdischen Museum um einen unverwechselbaren Merkort, der durch den Libeskind-Bau und sein raffiniertes Zusammenspiel der sinnlich-affektiven und semantischen Dimension über das Potential verfügt, wiedererkannt und wiedererinnert zu werden. Die Frage, die jetzt naheliegt ist die, welche Rolle der Dauerausstellung in dem solchermaßen beschaffenen »Merkort« zu Teil wird. Betrachtet man den Libeskind-Bau und die Gestaltung der Dauerausstellung, so kann festgestellt werden, dass zwar die Gestaltung des Libeskind-Baus den unverwechselbaren Ausdruck der Ausstellungsthematik darstellt, nicht aber die Gestaltung der Dauerausstellung – diese hätte auch gänzlich anders definiert werden können und ebenso hätte die Dauerausstellung auch in einem ganz anderen Innenraum stattfinden können.

Die ausgesprochen kluge Entscheidung bei der Gesamtkonzeption des Jüdischen Museums besteht darin, das Untergeschoss des Libeskind-Baus nicht mit der Dauerausstellung zu verquicken, sondern die beiden Bereiche voneinander zu trennen und sie nicht einer unmittelbaren Konkurrenz zueinander auszusetzen. Gewissermaßen wird so eine klare Aufgabenteilung praktiziert, die darin besteht, dass das Untergeschoss des Libeskind-Bau eine bewegende thematische Einstimmung des Besuchers ermöglicht, während die Dauerausstellung die bildungspolitische Botschaft des Museums an den Besucher vermittelt. Ergänzt wird dieses Spektrum, welches durch die Begegnung mit der »Raumskulptur Libeskind-Bau« und der mitteilungsfreudigen Dauerausstellung gebil-

det wird, durch das Rafael Roth Learning Center und die Archive des Museums, die all denen zur Verfügung stehen, die sich vertiefend mit Aspekten der Dauerausstellung beschäftigen möchten. Das Jüdische Museum als Merkort besteht somit außer dem Libeskind-Bau aus einer Reihe von Bereichen, in denen die Besucher Erlebnisse, Erfahrungen und Wissen rund um den thematischen Bereich »Zweitausend Jahre deutsch-jüdische Geschichte« sammeln können.

Betrachtet man abschließend die externen kommunikativen Gestaltungsmittel des Jüdischen Museums, so ist augenfällig, dass dem Jüdischen Museum eine verdichtete Essenz seines Selbstverständnisses in Bezug auf diese Vielfältigkeit fehlt: So besitzt das Jüdische Museum durch den Libeskind-Bau eine Architektur, die unverbrüchlich mit seiner Thematik verbunden ist; die Dauerausstellung erfüllt die Kontextbedingungen, einer jungen, internationalen Zielgruppe die deutsch-jüdische Geschichte zu erzählen; die Archive und das Learning-Center stehen allen interessierten Menschen zur Verfügung – aber diese Bestandteile verhalten sich genauso autistisch zueinander wie die Website und die Werbekampagne. Wofür steht all dies? Für eine poetische Architekturskulptur, in der man sich auch noch eine Dauerausstellung anschauen kann? Für ein Mahnmal? Eine Informationsstelle? Oder für eine lebendige Begegnungsstätte?

Zwar mag das Jüdische Museum anders sein als jeder einzelne denkt – aber die Voraussetzung für derlei Koketterie ist, dass man sehr genau weiß, wer man selber ist – und diese Antwort bleibt das Jüdische Museum seinen Besuchern schuldig.

5. // SCHLUSSBEMERKUNG

Ausstellungen sind als komplexe Medien zu bezeichnen, an deren Konzeption und Gestaltung eine ganze Armada von Menschen mit unterschiedlichen Professionen beteiligt ist. Während die Kuratoren einer Ausstellung in der Regel die inhaltliche Fragestellung einer Ausstellung verdichten, Museumspädagogen Vermittlungskonzepte erarbeiten, »übersetzen« Gestalter das Konzept einer Ausstellung in möglichst präzise Bilder und geben der Ausstellung somit ihre erlebbare Form. Die Grenzen der Rollenverteilung, mit der in einem Ausstellungsteam gearbeitet wird, sind jedoch fließend und werden in jedem neuen Projekt definiert: So gibt es Ausstellungsteams, die eine klar getrennte Aufgabenteilung praktizieren und wiederum andere Projektgruppen, in denen beispielsweise der Gestalter mit an dem Konzept arbeitet und der Kurator Gestaltungsvorschläge entwirft.

Die Zusammenarbeit eines Ausstellungsteams ist deshalb so eklatant wichtig, weil sie die Voraussetzung dafür darstellt, einen Kristallisationspunkt zu bilden, der den gestalteten Ausdruck der Ausstellung bestimmt. Heller (2007: 166) nennt dies treffend das »Zentrum« einer Ausstellung: »Dass nämlich Sinnstiftung die unabdingbare Voraussetzung dafür ist, damit Instrumentarium und Ästhetik einer Ausstellung nicht zu bloßem Dekor verkommen. Dass es so etwas braucht wie ein Zentrum, ein Zentrum von Überzeugung und Entzündung, das die subjektive Kraft hat, den Apparat des Zeigens zu rechtfertigen.«

Besitzt eine Ausstellung ein solches Zentrum, ist eine wichtige Voraussetzung dafür gegeben, dass sie verzahnt mit der Architektur und den internen und externen kommunikativen Gestaltungsmitteln als »unverwechselbarer Merkort« wirken kann. Tatsächlich ist eine solche inhaltliche und gestalterische Synchronisation von zahlreichen Herausforderungen gekennzeichnet, die zum einen darin zu sehen sind, dass Ausstellungsprojekte nicht immer so initiiert werden, dass ausgehend vom Inhalt Gestaltungsentscheidungen getroffen werden und so werden beispielsweise Museen erbaut, ohne vorher festzulegen, welche Konzeption ihnen zu Grunde liegen soll.⁶³

Des Weiteren erinnert Scrive (2001: 157) in ihrem Erfahrungsbericht zu ihrer Projektarbeit zur Expo 2000 in Hannover daran, dass nicht immer alle Beteiligten eines Projektteams an einem Strang ziehen, sondern das Einzelne häufig versuchen das Ruder an sich zu reißen, um die Ausstellung dafür zu nutzen,

⁶³ /// Siehe Baumstark (2003: 23)

lange geplante Projektideen endlich in die Tat umzusetzen. Das »Machen« einer Ausstellung ähnelt so eher dem Treiben eines »vanity fair«, auf dem diverse Akteure um Macht und Aufmerksamkeit buhlen und lässt John (2001: 54) die mahnende Forderung formulieren: »Ausstellungsteams, die diesen Namen verdienen, verpflichten sich auf gemeinsame Sach- und Leistungsziele und übergeordnete Projektaufgaben, die sie als Teamplayer ohne Vorbehalt teilen und mit Leidenschaft verfolgen.« Doch selbst Projektpartner, die idealtypischer Weise nicht gegen- sondern miteinander arbeiten, bedürfen auf Grund ihrer unterschiedlichen beruflichen Provenienz, die gekennzeichnet ist durch eine jeweilige Fachsprache und Denken in unterschiedlichen Abstraktionsgraden, Instrumentarien die ihre Kommunikation unterstützen.

Als eine solche Unterstützung wird das hier entwickelte und erprobte Beschreibungssystem zur Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung begriffen, dessen erarbeiteten Betrachtungsdimensionen – die sinnlich-affektive Dimension, die Gebrauchsdimension und die semantische Dimension – dazu geeignet sind, rein beliebigen Kommentaren zu Gestaltungsentscheidungen ein sinnstiftendes, strukturiertes System entgegenzustellen, welches dafür geeignet ist, zu differenzieren über welchen Aspekt von Gestaltung zu kommunizieren und zu entscheiden ist.

Das besondere an den drei angebotenen Beschreibungsdimensionen ist darin zu sehen, dass sie nicht aus einer objektzentrierten Perspektive formuliert sind, sondern dass sie auf dem am menschlichen Subjekt orientierten Ansatz »Emotional Design« basieren, als dessen Grundlage die Informationsverarbeitung des Menschen dient – womit das Beschreibungssystem in direkter Verbindung zu den Adressaten – den Besuchern der Ausstellung – steht.

Die Herausforderung, den Ansatz »Emotional Design« für die Beschreibung von Ausstellungen nutzbar zu machen, ist darin zu sehen, dass dieser für die Betrachtung von Alltagsgegenständen konzipiert wurde – sich also auf die Analyse eines Gestaltungsmittels beschränkt. Wie jedoch ausgeführt wurde, bestehen Ausstellungen aus einer komplexen Bündelung von vielfältigen Gestaltungsmitteln, dessen einzelne Ausprägung von unterschiedlicher Relevanz für eine Ausstellung sein können. Im Gegensatz zu den konstruierten fiktiven Kontexten von Ausstellungen in Abschnittes 3.3, die eine ebenso konstruierte, eindimensionale Ausprägung aller Gestaltungsmittel illustrierten, kann bei realen Ausstellungen grundsätzlich davon ausgegangen werden, dass ihre Gestal-

tungsmittel mehrdimensional wirken. In Abhängigkeit vom spezifischen Kontext einer Ausstellung kann so beispielsweise das Gestaltungsmittel Licht mit einer starken Fokussierung der sinnlich-affektiven Dimension, die eingesetzten Texte jedoch mit einer deutlichen ausgeprägten Gebrauchsdimension konzipiert sein, wobei sich unterschiedliche dimensionale Ausprägungen im besten Fall zur gewünschten Gesamtwirkung der Ausstellung ergänzen.

Mit der Entscheidung, eine und nicht mehrere Ausstellungen zu untersuchen und mit der Bestimmung der Dauerausstellung des Jüdischen Museums als Referenzausstellung, wurde die Gelegenheit geschaffen, die Tragfähigkeit des Beschreibungssystems an einer Ausstellung mit einem äußerst komplexen Gefüge an Gestaltungsmitteln zu erproben.

So ermöglichte die Analyse der Gestaltungsmittel der Dauerausstellung des Jüdischen Museums festzustellen, durch welche dimensionale Ausprägung und Betonung der Gestaltungsmittel die Ansprache der Besucher erfolgt. Diese Ausführung verdeutlichte auch die Kausalitäten, die durch die Betonung oder Negierung einer Dimension bei der Ausprägung eines Gestaltungsmittels erzeugt werden können: So konnte beispielsweise herausgearbeitet werden, dass die Negierung der Gebrauchsdimension bei der Gestaltung des Innenraums des Libeskind-Baus zwar einen wichtigen Konzeptbaustein zur Erzeugung von Orientierungslosigkeit der Besucher im Untergeschoss bildet, im verbleibenden Gebäude jedoch eine erhebliche Herausforderung für die Besucherführung darstellt, die mit diversen Maßnahmen kompensiert werden muss.

In dieser Arbeit wird eine entschiedene Position gegen »Gestaltungsrezepte« für Ausstellungen bezogen. Stattdessen wird Plädoyer gehalten für die Anerkennung einer Größe, die »Kontext« genannt wird und mit der die spezifischen Bedingungen einer Ausstellung formuliert sind. So ist der Einsatz der drei angebotenen Dimensionen zur Betrachtung von Gestaltungsmitteln wertlos, wenn die Betrachtung sich nicht auf eben diesen Kontext bezieht. Denn nur mit Blick auf die hier formulierten Bedingungen können Gestaltungsentscheidungen getroffen und bewertet werden. So können Aussagen über »geglückte« Kontextualisierungsstrategien von kuratierten Objekten, über die »Oberflächlichkeit« von Texten, »inadäquate« Beleuchtung oder »wunderbare« Raumfolgen – kurz: Aussagen zur Qualität der Ausstellungsgestaltung – nur erfolgen, wenn man die Fragestellung, die angesprochene Zielgruppe und die weiteren Bedingungen der Ausstellung kennt.

Betrachtet man jedoch die gängige Art, Rezensionen über Ausstellungen und besonders die Gestaltung von Ausstellungen zu verfassen, so muss man feststellen, dass die Autoren ihre Kritik nur sporadisch mit der Berücksichtigung des Kontexts verknüpfen. Oftmals kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass gerade die Gestaltungsstrategien einer Ausstellung mit einem Idealtyp von Ausstellung verglichen werden, der den nicht offen kommunizierten Präferenzen des Autors entspricht – es fehlt eine Darlegung, unter welchem Blick Ausstellungsgestaltung betrachtet wird.

Der spezifische Kontext einer Ausstellung wird als wesentlicher Baustein des erarbeiteten Beschreibungssystem zur Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung begriffen, auf dessen Basis Aussagen zur dimensionalen Ausprägung der Gestaltungsmittel getroffen werden können und der die Beziehung zwischen Form und Funktion von Ausstellungsgestaltung zum Bezugsdreieck aus Form/ Funktion/ Kontext komplettiert. Wie elementar dieses Bezugsdreieck für die Wirkung einer Ausstellung ist, kann an Hand eines kurzen historischen Beispiels aufgezeigt werden:

»Flaschen, Schinken, Hummer, wohin man auch blickt – das Ganze hat den ordinären Ruch eines Marktplatzes« kritisierte ein Berichterstatter (zitiert nach Kretschmer 1999: 82) das Treiben der Weltausstellung in Paris im Jahre 1867. Was erregte den Zeitgenossen? Für die Weltausstellung war eigens eine Halle mit einer ausgeklügelten Form errichtet worden, die den Besuchern ermöglichen sollte, die Produkte der ausstellenden Nationen als begehbare Enzyklopädie zu erleben. Die Enge und Starre des Gebäudes führten jedoch dazu, dass viele ausstellenden Nationen vor die Tore der Ausstellungshalle zogen und so entstand ein Ausstellungspark, der eine Mischung aus orientalischem Basar und Jahrmarkt darstellte, der wohlilig illuminiert wurde und in dem es sich vorzüglich schlemmen ließ – und der jede Menge Besucher anlockte. In der Terminologie dieser Arbeit kann formuliert werden, dass die stark ausgeprägte sinnlich-affektive Wirkung der Gestaltungsmittel des Ausstellungsparks die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich zog, aber gleichzeitig der begehbaren Enzyklopädie Besucher abzog. Kein anderer Effekt kommt auch in gegenwärtigen Ausstellungen zum Tragen und so konnte am Beispiel des »Garten des Exils« und des »Holocaust-Turms« des Jüdischen Museums Berlin anschaulich aufgezeigt werden, wie deren bewusst »ausgespielte« sinnlich-affektive Wirkung als bewegendes thematische Einstimmung des Museumsbesuchs genutzt wurde. Schwerlich lässt sich daher vorstellen, dass der Innenraum des »Holocaust-Turm« ein ge-

eigneter sei, um beispielsweise eine Münzsammlung zu betrachten. Mag sich dieser Vorschlag zunächst absurd ausnehmen, so muss daran erinnert werden, dass genau dies das Schicksal vieler Ausstellungsorte darstellt, die ohne die Beachtung der gezeigten Inhalte gebaut oder als Räumlichkeit bestimmt werden und deren sinnlich-affektive Wirkung nicht zum Konzept der Ausstellung passt. Die Konsequenzen dieser Ignoranz sind jedoch bisweilen bitter und so führt der renommierte Besucherforscher Harris H. Shettel (1996: 23) aus, dass viele Besucher eines Museums, einmalige Besucher blieben, weil sie sich in dem jeweiligen Museum schlicht und ergreifend »nicht wohl genug fühlen«.

Im Folgenden soll noch einmal auf die kleine Abhandlung über die Weltausstellung in Paris zurückgegriffen werden, um zwei Aspekte zum Bezugsdreieck aus Form, Funktion und Kontext von Ausstellungsgestaltung auszuführen:

Erstens kann an dem Beispiel sehr anschaulich aufgezeigt werden, dass eine Ausstellung sich immer an ihrem Kontext messen lassen muss: So konnte die Weltausstellung mit ihren geschätzten 11–15 Millionen Besuchern sicherlich als Erfolg ihrer Initiatoren betrachtet werden, sie scheitert jedoch, eine Enzyklopädie des menschlichen Schaffens zu verwirklichen. Wäre dieser letzte Aspekt als erklärtes Ziel der Ausstellung formuliert worden, um beispielsweise eine fachliche Kompetenz zu demonstrieren, so wäre der Erfolg zu relativieren.

Zweitens: Im Gegensatz zu rein semiotischen Untersuchungen, die Ausstellungen auf ihre »Einschreibungen« und »Codierungen« untersuchen, also auf einer rein kognitiven Ebene, berücksichtigt das hier entwickelte Beschreibungssystem, welches am menschlichen Subjekt orientiert ist, auch die Betrachtung der emotionalen Ansprache des Besuchers. Die Motivation zur Entscheidung für diesen Ansatz, liegt in der Überzeugung der Autorin, dass eine Ausstellung pointierter analysiert werden kann, wenn ihre mehrdimensionale Wirkung berücksichtigt wird, die neben einer semantischen Betrachtung eben beispielsweise auch die Feststellung ermöglicht, dass der Ausstellungspark der Weltausstellung die Besucher anzog, weil im Gegensatz zum engen und starren Gebäude, in dem die begehbare Enzyklopädie zu sehen war, der Ausstellungspark hell und weit dimensioniert war, Wohlgerüche verbreitete und den Besuchern somit eine wohlige Atmosphäre bot.

Mögen kritische Stimmen die Subjektivität der Gefühle und Affekte als ungeeignet für eine Analyse von Gestaltungsmitteln betrachten, so muss dem erwidert werden, dass auch die Untersuchung von Gestaltungsmitteln auf Basis des kulturellen Codes und Subcodes immer gekennzeichnet ist von der subjektiven

Perspektive des Betrachters. Möchte ein Gestalter vermeintliche Sicherheit über die Wirkung seines Entwurfs, so muss er potentielle Benutzer in den Entwicklungsprozess mit einbeziehen und/ oder den fertigen Entwurf einem Testlauf unterziehen.

Das entwickelte Beschreibungssystem zur Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung ermöglicht einen differenzierten und strukturierten Blick auf die Gestaltung von Ausstellungen. Sein Ziel ist nicht darin zu sehen, jede Variante eines Gestaltungsmittels einer Ausstellung zu untersuchen – denn ein solches Unterfangen würde jegliches Maß an quantitativer Zumutbarkeit für den Leser sprengen.

Tatsächlich ist die Aufgabe des Beschreibungssystem darin zu sehen, auf der Basis des Kontexts die neuralgischen Punkte der Mehrdimensionalität von Ausstellungsgestaltung herauszuarbeiten – also jene Gestaltungsstrategien beschreibbar zumachen, die charakteristisch sind für die Ansprache der Besucher der Ausstellung.

Das vorgestellte Beschreibungssystem ergänzt die Betrachtungen von Ausstellungsgestaltung, die sich in der Sphäre von Gestaltungs- und Erzähltechniken bewegen, um die Frage des »wozu« – und ist diesen somit vorgeschaltet. Es anerkennt die Kontingenz von Gestaltungsentscheidungen, die grundsätzliche Aussagen über Gestaltung in Dichotomien von »richtig« und »falsch« nicht möglich macht, sondern sensibilisiert für die dimensionale Ausprägung von Gestaltungsentscheidungen auf der Basis ihrer spezifischen Kontexte.

Das Schlusswort zu dieser Arbeit soll Robert Musil gehören und seiner feinsinnigen Feststellung:

»Form schließt aus indem sie sich schließt. Sie schließt versuchte Formteile aus, oft mit Verlust; sie schließt Gedanken und Einfälle aus, die sich nicht unterbringen lassen. Damit ist auch gesagt, daß Form etwas wie Zufall, wie Schicksal ist. Es hängt mit dem Überraschenden des Formeinfalls zusammen. Es gibt ihm das Glück einer Entscheidung. Indem Form ein Verlust, und doch schön ist, tröstet sie uns über die unaufhörlichen Daseins- und Vollkommenheitsverluste, denen wir ausgesetzt sind.«⁶⁴

64 /// (zitiert nach Götz: 54)

6 // ANHANG

6.1 // LITERATURVERZEICHNIS

Allesch, G. Christian (2006): Einführung in die psychologische Ästhetik. Stuttgart: UTB

Baudrillard, Jean (1991): Das System der Dinge. Frankfurt u.a.: Campus

Baumstark, Reinhold (2003): »Schale und Kern. Der moderne Museumsbau im Spannungsfeld der Ansprüche von Architekt und Nutzer«, in: Museumskunde 68, 02/ 2003, Seite 22–28

Baur, Ruedi (2008): »Das Gute und das Böse in der Typografie«, in: Page: 02/ 2008, Seite 27

Blake, Graham (2005): The Engaging Museum. New York: Routledge

Bloch, Ernst (1985): Geist der Utopie. Frankfurt am Main

Blumenthal, Michael W. (2002): »Willkommen im Jüdischen Museum Berlin«, in: Stiftung Jüdisches Museum Berlin (Hrsg.): Geschichten einer Ausstellung – Zwei Jahrtausende deutsch-jüdische Geschichte. 2. Aufl. Köln: Du Mont. Seite 14–17

Böhme, Gernot (2006): Architektur und Atmosphäre. München: Fink

Bonsiepe, Gui (1996): Interface. Design neu begreifen. Mannheim: Bollmann

Brockhaus (2006): Enzyklopädie, Band 2. 21. völlig neu bearbeitete Auflage. Leipzig u.a.: Brockhaus

Bruder, Ralph (Hrsg.) (2004): Ergonomie und Design. Stuttgart: Ergonomia

Bürdek, Bernhard E. (1991): Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung. Köln: DuMont

Bürdek, Bernhard E. (2006): »Geschichten erzählen«, in: Designreport 7+8/ 2006, Seite 64–66

Burandt, Ulrich (1978): Ergonomie für Design und Entwicklung. Köln: Dr. Otto Schmidt

Cuno, James (2001): »Gegen das diskursive Museum«, in: Noever, Peter (Hrsg.): Das diskursive Museum. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz. Seite 48–65

Dehlinger, Hans (1992): »Vom Problem zum Projekt – und zurück«, in: Social-Management, Magazin für Organisation und Innovation, Heft 1, Baden-Baden: Nomos

Dernie, David (2006): Ausstellungsgestaltung. Konzepte und Techniken. Ludwigsburg: avedition.

Dohmann, Antje (2006): »Sorge dich nicht, lebe«, in: Page 12/ 2006. Seite 26–27

Eco, Umberto (2002): Einführung in die Semiotik. Autorisierte dt. Ausg., 9. unveränd. Aufl./dt. von Jürgen Trabant. München: Fink

Edelkoort, Li (2001): »Ich bin eine Fischerin«, in: form. Zeitschrift für Gestaltung 180, 4/ 2001

Eiserle, Petra (2004): Statement zur Tagung der Deutschen Gesellschaft für Designtheorie und -forschung: <http://www.dgtf.de/fileadmin/TheorieUndDesign/EiseleDGTF.pdf>

Falk, John H.; Dierking, Lynn D. (1992): The Museum Experience. Washington DC: Whalesback Books

Fischer, Günther (1987): »Architektur und Kommunikation«, in: Ders.; Fromm; Gruber; Kähler; Weiß (Hrsg.): Abschied von der Postmoderne. Beiträge zur Überwindung der Orientierungskrise. Bauwelt Fundamentale 64. Braunschweig/ Wiesbaden: Friedr. Vieweg&Sohn. Seite 25–52

Forssman, Friedrich; de Jong, Ralf (2004): Detailtypografie: Nachschlagwerk für alle Fragen zu Schrift und Satz. Mainz: Schmidt

Geertz, Clifford (1987): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt a. M.: Suhrkamp

Götz, Matthias (1994): »Das grafische Zeichen – Kommunikation und Irritation«, in: Stankowski, Anton; Duschek, Karl (Hrsg.): Visuelle Kommunikation: Ein Design-Handbuch. 2. erw., überarb. Auflage Berlin: Reimer. Seite 54–76

Goldstein, Bruce (2008): Wahrnehmungspsychologie. 7. Auflage. Dt. Ausgabe Irtel, Hans (Hrsg.) aus dem Amerikanischen übersetzt von Guido Plata. Berlin u.a.: Springer

Gombrich, Ernst H. (1982): Ornament und Kunst: Schmucktrieb und Ordnungssinn in der Psychologie des dekorativen Schaffens. Stuttgart: Klett-Cotta

Gorbey, Ken (2002): »Die Ausstellungen im Jüdischen Museum Berlin«, in: Stiftung Jüdisches Museum Berlin (Hrsg.): Geschichten einer Ausstellung – Zwei Jahrtausende deutsch-jüdische Geschichte. 2. Aufl. Köln: Du Mont. Seite 18–25

Groys, Boris (1997): Logik der Sammlung. Am Ende des musealen Zeitalters. München: Hanser

Grunenberg, Christoph (2003): »»Eines Tages werden dies alles Museen sein.« Tate Liverpool: Vom industriellen Niedergang zur urbanen Regeneration«, in: Westfälisches Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte Münster (Hrsg.): Symposium »public space – public art«: Schnittstelle Museum. Köln: König Seite 30–41

Häntzschel, Jörg (2008): »Glitzernder Kistenstapel«, in: Süddeutsche Zeitung: 1./2.12.07; Seite 15

Hansen, Klaus P. (2000): Kultur und Kulturwissenschaften. 2. vollst. Überarb. u. erw. Aufl.. Tübingen/ Basel: Francke

Heller, Martin (2007): »Monstranz zwischen Kultur und Wirtschaft«, in: Kunstforum Band 186. S. 162–170

Hellmann, Kai-Uwe (2003): Soziologie der Marke. Frankfurt am Main: Suhrkamp

Hoffmann, Hilmar (1979): Kultur für alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt am Main: S.Fischer

Itten, Johannes (1987): Kunst der Farbe. Gekürzte Studienausgabe. 1. Auflage dieser Ausgabe 1970. Ravensburg: Otto Maier

John, Hartmut (2001): »Spielen wir noch in der Champions-League? Oder: Plädoyer für professionelle Ausstellungsplanung im Museum«, in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.): Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung. Ludwigsburg: Avedition. Seite 38–61

John, Hartmut, Günter, Bernd (Hrsg.) (2008): Das Museum als Marke. Bielefeld: Transcript

Jonas, Wolfgang (2004): »Forschung durch Design«. In: Swiss Design Network (Hrsg.): Erstes Design Forschungssymposium. Basel: Steudler Press. S. 26–33

Klein Alexander (2004): Expositum. Zum Verhältnis von Ausstellung und Wirklichkeit. Transcript: Bielefeld

Klein, Alexander (2007): »Das Wohnen bei den Dingen. Inszenierung als gestellte Wirklichkeit in Kultur- und Naturhistorischen Ausstellungen«. In: Kunstforum. Band 186. S. 170–179

Klein, Armin (2005): Kulturmarketing. Das Marketingkonzept für Kulturbetriebe. München: dtv

Klein, Armin (Hrsg.)(2007): Ders.:»Markenbildung im Kulturbetrieb«, in: Starke Marken im Kulturbetrieb. Baden-Baden: Nomos. Seite 10–21

Knapp, Gottfried (2006): »Die Tücken der Vielfalt: Neue europäische Museumsbauten«, in: Greub, Susanne; Greub Thierry (Hrsg.): Museen im 21. Jahrhundert: Ideen. Projekte. Bauten. München u.a.: Prestel. Seite 75–77

Kobler, Tristan (1997): »Design macht noch keine Ausstellung«, in: Hochschule für Gestaltung Offenbach (Hrsg.): Design ausstellen – Ausstellungsdesign. Baden: Lars Müller. Seite 38–49

Koglin, Ilona (2008): »Kulturmarken«, in: Page 09/ 08. Seite 32–38

Korff, Gottfried (2002): Museumsdinge: Deponieren – Exponieren. Köln: Böhlau

Korff, Gottfried (2003): »Staging Science«, in: Museumskunde 68, 01/ 2003

Kretschmer, Winfried (1999): Die Geschichte der Weltausstellungen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Krippendorff, Klaus (2006): The semantic turn: an new foundation for design. Taylor & Francis

Kroehl, Heinz (2000): Corporate Identity als Erfolgsfaktor im 21. Jahrhundert-München: Vahlen

Lackmann, Thomas (2000): Jewrassic Park. Wie baut man (k)ein Jüdisches Museum. Berlin/ Wien: Philo

Libeskind Daniel (1981): »Symbol and interpretation«, in: ders.: Between Zero and Infinity. Dt. Übers. Thomas Amos. New York: Rizzoli. Seite 27–29

Liebl, Franz (1998): »Feed me Weird Things«, in : formdiskurs 4, 1/1998.

Frankfurt a.M.: Verlag form. S. 36–46

Locher, Hubert (2002): »Die Kunst des Ausstellens – Anmerkungen zu einem unübersichtlichen Diskurs, in: Huber, Hans Dieter; Locher, Hubert, Schulte, Karin (Hrsg.): Kunst des Ausstellens. Beiträge Statements Diskussionen. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz. Seite 15–30

Lord, Barry; Lord, Gail Dexter (Hrsg.) (2002): The Manual of Museum Exhibitions. Altamira: Oxford

Matzig, Gerhard; Weinhart, Susanne (2009): »Endlich Pause. Kein Geld, keine Spektakel-Architekturen. Gut so.«, in: Süddeutsche Zeitung: 13. 02. 2009. Seite 11

Maximea, Heather (2002): »Projecting Display Space Requirements«, in: Lord, Barry; Lord, Gail Dexter (Hrsg.): The Manual of Museum Exhibitions. Altamira: Oxford. S. 76–85

Mayrand Yves (2002): »The Role of the Exhibition Designer«, in: Lord, Barry; Lord, Gail Dexter (Hrsg.): The Manual of Museum Exhibitions. Altamira: Oxford. S. 405–424

Mazzoni, Ira: »Von Disney lernen?«, in Museumskunde 63 02/ 1998. Seite 14–16

Mc Manus, Paulette M. (1991): »Making sense of exhibits«, in: Kavanagh, Gaynor (Hrsg.): Museum Languages: Objects and Texts. Leicester: University Press. Seite 33–46

Meier, Cordula (Hrsg.) (2003): Designtheorie. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Anabas

Menden, Alexander (2008): »Gemartertes Fleisch«, in: Süddeutsche Zeitung: 12.09.08; Seite 17

Nachtwey, Jutta (2006): »Metamorphosen«, in: Page 05/ 2006, Seite 33–37

Nida-Rümelin, Julian (2002): »Grußwort«, in: Stiftung Jüdisches Museum Berlin (Hrsg.): Geschichten einer Ausstellung – Zwei Jahrtausende deutsch-jüdische Geschichte. 2. Aufl. Köln: Du Mont. Seite 12–13

Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik. 2., vollständig neu bearb. und erw. Aufl. – Stuttgart; Weimar: Metzler

Norman, Donald A. (1989): Dinge des Alltags: gutes Design und Psychologie für Gebrauchsgegenstände. Dt. Übersetzung Katharine Cofer. Frankfurt/Main; New York: Campus

Norman, Donald A. (2004): Emotional Design. Why we love (or hate) everyday things. New York: Basic Books

Nowak, Stefan; Teufel, Philipp (2001): »Die Kuh, der Gestalter, das Geld und ihre Liebhaber. Integrative Ausstellungsplanung am Beispiel des Geldmuseums Frankfurt«, in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.): Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung. Ludwigsburg: Avedition. Seite 62–87

Noschka-Roos, Annette (2001): »Bausteine eines besucherorientierten Informationskonzepts«, in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.): Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung. Ludwigsburg: Avedition. Seite 88–113

Noschka-Roos, Annette (Hrsg.) (2003): Besucherforschung in Museen. Ins-

trumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation. München: Deutsches Museum

O'Doherty, Brian (1996): In der weißen Zelle = Inside the White Cube. Berlin: Merve

Oechslin, Werner (2006): »Museumsarchitektur – ein Leitmotiv heutiger Architektur«, in: Greub, Susanne; Greub Thierry (Hrsg.): Museen im 21. Jahrhundert: Ideen. Projekte. Bauten. München u.a.: Prestel. Seite 5–8

Opaschowski, Horst W. (2000): Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Hamburg: Germa Press

Overdick, Elke (2002): »Der Faktor ›Mensch‹: Die Rolle der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Corporate Identity-Prozess«, in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf: Mit gestärkter Identität zum Erfolg. Corporate Identity für Museen. Ehestorf: Selbstverlag des Freilichtmuseums am Kiekeberg. Seite 113–131

Restorff, Jörg (2008): »Websites auf dem Prüfstein«, in: Kunstzeitung 146, 10/ 2008. Seite 25

Rittel, Horst; Webber, Melvin: »Dilemmas in a General Theory of Planning«. In: Policy Sciences, Vol. 4, Elsevier Scientific Publishing Company. Seite 155–169

Rollig, Stella (2003): »Video als Zumutung«, in: Stocker, Karl; Müller, Heimo: Design bestimmt das Bewusstsein. Museum zum Quadrat 16. Wien: Turia + Kant. Seite 11–24

Roth, Martin (2001): »Scenographie – Zur Entstehung von neuen Bildwelten im Themenpark der EXPO 2000«, in: Museumskunde 66, 01/ 2001. Seite 25–32

Rugoff, Ralph (1996): »Der Nintendo-Holocaust und die Macht des Rührenden«, in: Fehr, Michael (Hrsg.) (1998): Open Box. Künstlerische und wissenschaftliche Reflexionen des Museumsbegriffs, Museum der Museen Band 5. Köln: Wienand. Seite 323–337

Sachs, Angeli (2002): »Architektur–Kunst–Identität in zeitgenössischen Museen«, in: Dreyer, Matthias; Wiese, Rolf: Mit gestärkter Identität zum Erfolg. Corporate Identity für Museen. Ehestorf: Selbstverlag des Freilichtmuseums am Kiekeberg. Seite 231–251

Schade, Sigrid; Institute Cultural Studies in Art, Media and Design (Hrsg.) (2007): Ausstellungs–Displays. Dokumentation zum Forschungsprojekt 2005–2007. Zürich

Scrive Martine (2001): »Zur Konzeption wissenschaftlicher Ausstellungen«, in: Schwarz, Ulrich; Teufel, Philipp (Hrsg.): Handbuch Museografie und Ausstellungsgestaltung. Ludwigsburg: Avedition. Seite 146–165

Schmitt-Siegel, Helmut (1992): »Nur der Schein trügt nicht«, in: Econ-Handbuch corporate policies: Wie Ihr Unternehmen erfolgreich auftritt. Düsseldorf: Econ. Seite 124–143

Scholze, Jana (2004): Medium Ausstellung. Lektüren musealer Gestaltung in Oxford, Leipzig, Amsterdam und Berlin. Bielefeld: Transcript

Schulze, Gerhard (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus

Schneider, Peter (2000): »Renzo Piano oder der Versuch, die Schwerkraft aufzuheben«, in: Lepik, Andreas (Hrsg.): renzo piano – architekturen des lebens. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz. Seite 12–17

Schormann, Sabine (2004): »Vorfahrt oder Einbahnstraße? Informationsvermittlung mit Eventcharakter, in: Commandeur, Beatrix; Dennert, Dorothee (Hrsg.): Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung von Museen auf neuen Wegen. Bielefeld: Transcript. Seite 91–102

Schriefers, Thomas (2004): Ausstellungsarchitektur. Geschichte, wiederkehrende Themen, Strategien. Bramsche: Rasch

Shettel, Harris H. (1996): »Aktueller Stand der Besucherforschung«, in: Haus der Geschichte Bonn (Hrsg.): Museen und ihre Besucher. Herausforderungen in der Zukunft. Berlin: Argon. Seite 11–25

Silvestrini, Narcisco; Fischer, Ernst Peter (2003): Farbsysteme. 2. Aufl. Köln: DuMont

Stankowski, Anton (1994): »Visualisierungen«, in: (Ders.); Duschek, Karl (Hrsg.): Visuelle Kommunikation: Ein Design-Handbuch. 2. erw., überarb. Auflage Berlin: Reimer. Seite 19–52

Steffen, Dagmar (Hrsg.) (2000): Design als Produktsprache. Der »Offenbacher Ansatz« in Theorie und Praxis. Frankfurt a. M.: Verlag form

Tolass, Sissel (2008): »Geruch«, in: Süddeutsche Zeitung: 28./ 29. 06.08; Seite VII

Treinen, Heiner (1996): »Ausstellungen und Kommunikationstheorie«, in: Haus der Geschichte Bonn (Hrsg.): Museen und ihre Besucher. Herausforderungen in der Zukunft. Berlin: Argon. Seite 60–71

Vergo, Peter (Hrsg.) (1989): The New museology. London: Reaktion Books

Vihma, Susann (1997): »Semantische Qualitäten im Design. Der gestalterische Spielraum, in: formdiskurs 3, II/ 1997. Seite 28–40

Von Kornatzki, Peter (1994): »Bild und Text«, in: Stankowski, Anton; Duschek, Karl (Hrsg.): Visuelle Kommunikation: Ein Design-Handbuch. 2. erw., überarb. Auflage Berlin: Reimer. Seite 177–208

Voßmerbäumer, Bernd (1990): »Design und Kunst«. In: Art Position, Sonderheft Design, 20. August 1990

Weidemann, Kurt zitiert nach: Rösner, Hans; Kroh, Isabelle (1995): Visuelles Gestalten. Von der Idee zur Produktion. Bielefeld: Kramer. Seite 150

Watzlawick, Paul, Beavin, Janet H., Jackson, Don D. (1967): Menschliche Kommunikation Bern: Huber

Welsch, Wolfgang (1991): Ästhetisches Denken. 2. Aufl. Stuttgart: Reclam

Willberg, Hans Peter; Forssman, Friedrich (1999): Erste Hilfe in Typografie. Ratgeber für Gestaltung mit Schrift. Mainz: Schmidt

Wouters, Marcel (2004): »Typologische Entwicklungen der Ausstellungsgestaltung in den Niederlanden«, in: DASA – Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, Dortmund (Hrsg.): Szenografie in Ausstellungen und Museen. Essen: Klartext. Seite 132–139

Zaugg, Rémy (1987): Das Kunstwerk, das ich mir erträume oder Der Ort des Werkes und des Menschen. Köln: König

6.2 // WORLD WIDE WEB (WWW) QUELLEN

WWW-Quelle 1; Seite 7

Ausstellung: »Tibet. Klöster öffnen ihre Schatzkammern«

[http:// www.villahuegel.de](http://www.villahuegel.de) (Letzter Zugriff: 19.11.2007)

WWW-Quelle 2; Seite 7

Ausstellung: »Six feet under – Autopsie unseres Umgang Toten«

[http:// www.kunstmuseumbern.ch](http://www.kunstmuseumbern.ch) (Letzter Zugriff: 19.11.2007)

WWW-Quelle 3; Seite 7

»American Museum of Natural History« und die Aktion »Be among the lucky few to spent a night at the Museum!«

<http://www.amnh.org/kids/sleepovers> (Letzter Zugriff: 25.03.2009)

WWW-Quelle 4; Seite 7

»International Museum Communication Awards«

<http://www.imca-awards.com> (Letzter Zugriff: 04.08.2008)

WWW-Quelle 5; Seite 22

Design Research Lab

<http://www.design-research-lab.org> (Letzter Zugriff: 05.04.2009)

WWW-Quelle 6; Seite 61

»World Soundscape Project«:

<http://www.sfu.ca/~truax/wsp.html>. (Letzter Zugriff: 09.09.2008)

WWW-Quelle 7; Seite 68

Veranstaltungsreihe Mai-Tagung »museums and the internet«:

<http://www.mai-tagung.de> (Letzter Zugriff: 15.07.2008)

WWW-Quelle 8; Seite 102

»Eröffnung des Jüdischen Museums Berlin«

[http:// spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,156227,00.html](http://spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,156227,00.html) (Letzter Zugriff: 20.09.2008)

WWW-Quelle 9; Seite 103

»Berlin Touristik Marketing GmbH

http://www.visitberlin.de/deutsch/presse/download-basistexte/d_pr_monats-statistik_2008_11.pdf (Letzter Zugriff: 14.02.2009)

6.3 ABILDUNGSVERZEICHNIS

Alle hier nicht aufgeführten Abbildungen sind von der Autorin erzeugt worden.

Abbildung 4: »Eingang zu der 2009 eröffnenden Ausstellung ›Base Camp Gottardo«. Seite 36

Holzer Kobler Architekten: <http://www.holzerkobler.ch/>

Abbildung 5: »Rosenraum des Deutschen Museums in Erfurt«. Seite 37

Atelier Brückner: <http://www.atelier-brueckner.de/>

Abbildung 6: »Tate Modern Gallery of International modern and contemporary art, London«. Seite 37

http://www.davids-world.com/archives/tate_modern.jpg

http://www.nowpublic.com/the_weather_project

Abbildung 7: »Rundsofa, Wanderausstellung ›Liebe. Komme«, Museum für Kommunikation, Frankfurt. Seite 38

Atelier Brückner: <http://www.atelier-brueckner.de/>

Abbildung 8: »Ausstellung ›Waffen werfen Schatten«. Seite 38

Holzer Kobler Architekten: <http://www.holzerkobler.ch/>

Abbildung 10: »›Kosmos im Kopf: Gehirn und Denken« im Deutschen Hygiene Museum in Dresden«. Seite 46

Entnommen: »Szenografie in Ausstellungen und Museen«, DASA – Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin, Dortmund (Hrsg.). Essen: Klartext. Seite 36

ERKLÄRUNG

Hiermit versichere ich, die von mir vorgelegte Arbeit selbstständig verfasst zu haben. Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus veröffentlichten oder nicht veröffentlichten Arbeiten anderer entnommen wurden, habe ich gekennzeichnet und sämtliche Quellen sind angegeben.

Bochum, 1. Juni 2009